

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Минцаев Магомед Шавалович

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.09.2023 15:35:51

Уникальный программный идентификатор документа: 236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5825ff9fa4704cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

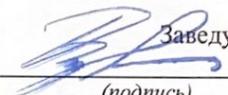
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д. МИЛЛИОНЩИКОВА»

Информационные системы в экономике

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры
« 02 » 09 2022 г., протокол № 1


Заведующий кафедрой
Л.Р. Магомаева
(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Электронный бизнес

(наименование дисциплины)

Направление подготовки /специальность

38.03.05. Бизнес-информатика

(код и наименование направления/ специальности подготовки)

Специализация / профиль / направленность (профиль)

Управление ИТ-проектами

(наименование специализации / профиля подготовки)

Квалификация

бакалавр

(специалист / бакалавр / магистр)

Год начала подготовки

2022

Составитель (и)  Ф.В. Абубакарова
(подпись)

Грозный – 2022

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

Электронный бизнес

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
5 семестр			
1	Электронный бизнес и его место в современной экономике	(ОПК-1.2; ОПК-2.2)	Лабораторная работа
2	Категории электронного бизнеса. Электронные торговые площадки	(ОПК-1.2; ОПК-2.2)	Лабораторная работа
3	Социальная коммерция	(ПК-2.1; ПК-2.2)	Лабораторная работа
4	Электронная торговля	(ОПК-2.2; ПК-2.1; ПК-2.3)	Лабораторная работа
5	Интернет-маркетинг	(ПК-2.3; ПК-2.4)	Лабораторная работа
6 семестр			
6	Электронные платежи и системы электронных платежей	(ОПК-2.2)	Лабораторная работа
7	Мобильная коммерция	(ОПК-2.2; ПК-2.2)	Лабораторная работа
8	Проблемы и перспективы развития электронного бизнеса в России	(ОПК-1.2; ОПК-2.2)	Лабораторная работа
9	Организация и регулирование электронного бизнеса в экономически развитых странах	(ОПК-1.2; ОПК-2.2)	Лабораторная работа
10	Обеспечение безопасности электронного бизнеса	(ОПК-1.2; ОПК-2.2)	Лабораторная работа

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	<i>Лабораторная работа</i>	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом	Комплект заданий для выполнения лабораторных работ
2	<i>Рубежный контроль</i>	Форма проверки знаний по дисциплине в виде первой и второй рубежных аттестаций	Вопросы к аттестациям
3	<i>Зачет</i>	Итоговая форма оценки знаний	Вопросы к зачету
4	<i>Экзамен</i>	Итоговая форма оценки знаний	Вопросы к экзамену

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

5 семестр

1. Введение в электронный бизнес
2. Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика
3. Анализ систем электронной коммерции
4. Основные положения по классам ведения электронного бизнеса и электронным торговым площадкам.
5. Разработка собственного бизнес-проекта
6. Коммерческий цикл и стратегии выхода компании в электронный бизнес
7. Роль и значение социальных сетей в предпринимательстве и бизнесе.
8. Социальные сети в маркетинге. Корпоративные социальные сети.
9. Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса
10. Динамика развития электронной торговли в России и влияющие на нее факторы.
11. Структура системы предприятий электронной коммерции Российской Федерации
12. Выбор способа организации приложения электронной коммерции
13. Характеристика интернет-маркетинга. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы
14. Инновации в маркетинге
15. Разработка медиа плана кампании

Критерии оценки ответов на лабораторные работы

Регламентом БРС предусмотрено всего 15 баллов за текущую работу студента.

Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом до 15 лабораторных работ с использованием дополнительного материала по ним. (до 1 балла).

1 балл ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

0,7 балла ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.

0,5 балл ставится, если студент правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

0 баллов ставится, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 0,5 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы или ставится, если студент совсем не выполнил ни одного задания.

6 семестр

1. Расчеты в электронной коммерции
2. Электронные платежи
3. Характеристика мобильной коммерции
4. Мобильные приложения
5. Факторы развития электронного бизнеса
6. Перспективы развития электронных платежных систем

7. Государственное регулирование электронной коммерции в Северной Америке
8. Особенности и перспективы развития электронной коммерции в странах ЕС. Организация и регулирование электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии.
9. Использование сервисов для проведения аудита сайтов на безопасность
10. Разработка приказов об организации работ по обеспечению безопасности персональных данных.

Критерии оценки ответов на лабораторные работы

Регламентом БРС предусмотрено всего 15 баллов за текущую работу студента.

Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом до 10 лабораторных работ с использованием дополнительного материала по ним. (до 2 баллов – 5 лаб. работ; до 1 балла – 5 лаб. работ).

2 (1) балла ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

1 (0,7) балла ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.

0,5 балла ставится, если студент правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

0 баллов ставится, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 0,5 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы или ставится, если студент совсем не выполнил ни одного задания.

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА**

Институт Цифровой экономики и технологического предпринимательства

Кафедра Информационные системы в экономике

5 семестр

**Вопросы к 1 рубежной аттестации по дисциплине
«Электронный бизнес»**

1. Структура рынка электронной коммерции
2. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции (ОПК-1)
3. Факторы развития систем электронной коммерции
4. Преимущества использования электронной коммерции
5. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции (ОПК-1)
6. Базовые технологии электронной коммерции (технико-экономические и правовые основы) (ОПК-2.2)
7. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи (ОПК-2.2)
8. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия (ОПК-2.2)
9. MRP (планирование материальных ресурсов) (ОПК-2.2)
10. MRPII (планирование производственных ресурсов) (ОПК-2.2)
11. ERP (планирование ресурсов предприятия) (ОПК-2.2)
12. CSRP (планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем) (ОПК-2.2)
13. Правовое обеспечение электронной коммерции (ОПК-2.2)
14. Ведение переписки по электронной почте (ПК-2.1)
15. Форумы (ПК-2.1)
16. Чаты (ПК-2.1)
17. Использование рекламных технологий в Интернете (ПК-2.4)

**Вопросы ко 2 рубежной аттестации по дисциплине
«Электронный бизнес»**

1. Торгово-закупочные B2B системы (ОПК-2.2)
2. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B
3. Система управления закупками (e-procurement) (ПК-2.2)
4. Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система) (ПК-2.3)
5. Система управления продажами (e-distribution) (ПК-2.3; ПК-2.4)
6. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система) (ПК-2.3)
7. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи (ПК-2.4)
8. Понятие отраслевой электронной торговой площадки
9. Услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками (ПК-2.1)
10. Структура отраслевой торговой площадки
11. Преимущества использования вертикальной торговой площадки
12. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market) (ПК-2.4)

13. Корпоративные представительства в Интернет
14. Виртуальные предприятия
15. Интернет-инкубаторы (ОПК-2.2; ПК-2.4)
16. Мобильная коммерция

6 семестр

Вопросы к 1 рубежной аттестации по дисциплине «Электронный бизнес»

1. Торговые ряды (ПК-2.2)
2. Интернет-витрины (веб-витрины) (ПК-2.4)
3. Интернет-магазины (ОПК-1.2; ПК-2.2.)
4. Понятие и функции интернет-магазина
5. Технология приобретения товаров в интернет-магазине (ОПК-1.2)
6. Виды доставки товаров интернет-магазинами
7. Построение системы интернет-торговли (ОПК-1.2; ОПК-2.2)
8. Управление интернет-магазином
9. Качество обслуживания в интернет-магазине
10. Услуги в Интернете
11. Туристические компании в Интернете (ПК-2.4)
12. Интернет-страхование
13. Интернет-трейдинг
14. Основные понятия и история возникновения
15. Мировой рынок FOREX (ПК-2.2; ОПК-2.2)
16. Телеработа
17. Интернет-аукционы (ОПК-2.2; ПК-2.4)
18. Использование систем класса peer-to-peer

Вопросы ко 2 рубежной аттестации по дисциплине «Электронный бизнес»

1. Понятие электронного правительства (E-Government) (ОПК-1.2)
2. Задачи построения электронного правительства
3. Структура электронного правительства
4. Предоставление налоговой отчетности через Интернет (ОПК-1.2; ОПК-2.2)
5. Государственные электронные торгово-закупочные площадки (ПК-2.1; ПК-2.2)
6. Концепция географической информационной системы (ОПК-1.2)
7. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства
8. Виды электронных систем взаиморасчетов
9. Пластиковые карты
10. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете
11. Интернет-банкинг (ОПК-1.2)
12. Электронные деньги
13. Понятие и структура сайтпромоутинга (ПК-2.4)
14. Интернет-реклама (ПК-2.4)
15. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах(ПК-2.4)
16. Баннерная реклама (ПК-2.4)
17. Партнерские программы (ПК-2.4)
18. Веб-кольцо (ПК-2.4)

Критерии оценки ответов на рубежной аттестации

Регламентом БРС предусмотрено всего 20 баллов за рубежную аттестацию студента. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 2 вопроса в билете (по 10 баллов).

10 баллов (5+) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

9 баллов (5) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

8 баллов (4+) заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

7 баллов (4) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

6 баллов (4-) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

5 баллов (3+) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

4 балла (3) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой,

однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

3 балла (3-) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

2 балла (2) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившего самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, допускающему существенные ошибки при ответе, и который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

1 балл — нет ответа (отказ от ответа, представленный ответ полностью не по существу содержащихся в экзаменационном задании вопросов)

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА**

Институт Цифровой экономики и технологического предпринимательства

Кафедра Информационные системы в экономике

5 семестр

**Вопросы к зачету по дисциплине
«Электронный бизнес»**

1. Структура рынка электронной коммерции
2. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции (ОПК-1)
3. Факторы развития систем электронной коммерции
4. Преимущества использования электронной коммерции
5. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции (ОПК-1)
6. Базовые технологии электронной коммерции (технико-экономические и правовые основы) (ОПК-2.2)
7. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи (ОПК-2.2)
8. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия (ОПК-2.2)
9. MRP (планирование материальных ресурсов) (ОПК-2.2)
10. MRPII (планирование производственных ресурсов) (ОПК-2.2)
11. ERP (планирование ресурсов предприятия) (ОПК-2.2)
12. CSRP (планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем) (ОПК-2.2)
13. Правовое обеспечение электронной коммерции (ОПК-2.2)
14. Ведение переписки по электронной почте (ПК-2.1)
15. Форумы (ПК-2.1)
16. Чаты (ПК-2.1)
17. Использование рекламных технологий в Интернете (ПК-2.4)
18. Торгово-закупочные B2B системы (ОПК-2.2)
19. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B.
20. Система управления закупками (e-procurement) (ПК-2.2)
21. Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система) (ПК-2.3)
22. Система управления продажами (e-distribution) (ПК-2.3; ПК-2.4)
23. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система) (ПК-2.3)
24. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи (ПК-2.4)
25. Понятие отраслевой электронной торговой площадки
26. Услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками (ПК-2.1)
27. Структура отраслевой торговой площадки
28. Преимущества использования вертикальной торговой площадки
29. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market) (ПК-2.4)
30. Корпоративные представительства в Интернет
31. Виртуальные предприятия
32. Интернет-инкубаторы (ОПК-2.2; ПК-2.4)
33. Мобильная коммерция

Критерии оценки ответов на зачете

Регламентом БРС предусмотрено всего 20 баллов за зачет. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 2 вопроса в билете (по 10 баллов).

10 баллов (5+) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

9 баллов (5) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

8 баллов (4+) заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

7 баллов (4) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

6 баллов (4-) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

5 баллов (3+) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой,

однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

4 балла (3) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

3 балла (3-) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

2 балла (2) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившего самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, допускающему существенные ошибки при ответе, и который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

1 балл — нет ответа (отказ от ответа, представленный ответ полностью не по существу содержащихся в экзаменационном задании вопросов)

Критерии оценки ответов на зачете

Оценка «**зачтено**» выставляется студенту, сформулировавшему достаточно полные и правильные ответы на поставленные вопросы. При ответе студент продемонстрировал владение основными терминами, логически верно и аргументировано выстраивал свой ответ, знал содержание учебной и научной литературы. Студент также правильно ответил на уточняющие и дополнительные вопросы.

Оценка «**не зачтено**» выставляется студенту, если он не дал ответа хотя бы по одному вопросу билета, либо дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы, не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Оценка «**незачет**» ставится студенту, отказавшемуся отвечать по билету или не явившемуся на зачёт.

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА**

Институт Цифровой экономики и технологического предпринимательства

Кафедра Информационные системы в экономике

6 семестр

**Вопросы к экзамену по дисциплине
«Электронный бизнес»**

1. Торговые ряды (ПК-2.2)
2. Интернет-витрины (веб-витрины) (ПК-2.4)
3. Интернет-магазины (ОПК-1.2; ПК-2.2.)
4. Понятие и функции интернет-магазина (ПК-7.1)
5. Технология приобретения товаров в интернет-магазине (ОПК-1.2)
6. Виды доставки товаров интернет-магазинами
7. Построение системы интернет-торговли (ОПК-1.2; ОПК-2.2)
8. Управление интернет-магазином
9. Качество обслуживания в интернет-магазине
10. Услуги в Интернете
11. Туристические компании в Интернете (ПК-2.4)
12. Интернет-страхование
13. Интернет-трейдинг
14. Мировой рынок FOREX (ПК-2.2; ОПК-2.2)
15. Телеработа
16. Интернет-аукционы (ОПК-2.2; ПК-2.4)
17. Использование систем класса peer-to-peer
18. Понятие электронного правительства (E-Government) (ОПК-1.2)
19. Задачи построения электронного правительства
20. Структура электронного правительства
21. Предоставление налоговой отчетности через Интернет (ОПК-1.2; ОПК-2.2)
22. Государственные электронные торгово-закупочные площадки (ПК-2.1; ПК-2.2)
23. Концепция географической информационной системы (ОПК-1.2)
24. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства
25. Виды электронных систем взаиморасчетов
26. Пластиковые карты
27. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете
28. Интернет-банкинг (ОПК-1.2)
29. Электронные деньги
30. Понятие и структура сайтпромоутинга (ПК-2.4)
31. Интернет-реклама (ПК-2.4)
32. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах (ПК-2.4)
33. Баннерная реклама (ПК-2.4)
34. Партнерские программы(ПК-2.4)
35. Веб-кольцо (ПК-2.4)

Критерии оценки ответов на экзамене

Регламентом БРС предусмотрено всего 20 баллов за экзамен. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 2 вопроса в билете (по 10 баллов).

10 баллов (5+) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

9 баллов (5) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

8 баллов (4+) заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

7 баллов (4) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

6 баллов (4-) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

5 баллов (3+) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой,

однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

4 балла (3) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

3 балла (3-) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

2 балла (2) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившего самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, допускающему существенные ошибки при ответе, и который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

1 балл — нет ответа (отказ от ответа, представленный ответ полностью не по существу содержащихся в экзаменационном задании вопросов)

Критерии оценки знаний студента на экзамене

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» - выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» - выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

5 семестр

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 1

Тема: «Введение в электронную коммерцию»

1. Определите соотношение между понятиями «электронная коммерция», «электронный бизнес», «электронная торговля» и «мобильная коммерция».
2. Назовите основные отличия электронной экономики от традиционной.
3. Используя материалы глобальной компьютерной Сети, заполните следующую таблицу

Преимущества электронной коммерции
для участников бизнес-процесса

Для фирмы-производителя	Для деловых партнеров	Для потребителя

4. Приведите конкретные примеры основных моделей электронной коммерции.

Название модели	Пример
B2C	Электронные магазины
B2B	
C2C	
B2A	
C2A	

5. Сформулируйте ключевые проблемы развития электронной коммерции в мире в целом и в России в частности. 6. Проанализируйте сайты основных организаций в РФ, курирующих электронную коммерцию: Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), Ассоциации компаний розничной электронной торговли (АКРЭТ), Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), Ассоциации «Электронные деньги». В чем заключаются цели и задачи функционирования этих общественных организаций?

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 2

Тема: «Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика»

Цели работы: изучение основных понятий, видов, сфер применения электронного бизнеса, формирование навыков проведения сравнительного анализа сайтов в Интернет, оценки уровня конкуренции.

Методические указания

1. Ознакомьтесь с сайтами, представляющими различные виды электронного бизнеса.
2. Проведите сравнительный анализ сайтов конкурентов по предложенным критериям, можно выработать свои критерии оценки. Используйте поисковые системы Интернет, чтобы

найти известных конкурентов или продукцию, аналогичную вашей. Работайте с несколькими поисковыми системами, так как все они используют различную технику поиска.

3. Разработайте перечень мероприятий по борьбе с конкурентами.

4. Результаты анализа оформите в форме отчета в электронном виде. Отчет должен содержать сравнительную таблицу и выводы о преимуществах или недостатках того или иного сайта. Проиллюстрируйте отчет изображениями экранов, анализируемых сайтов.

Критерии для оценки сайтов

1. Дизайн сайта компании

-Удобство навигации и поиска;

-Известность сайта и его доменного имени;

-Виды и сроки доставки товаров (оказания услуг);

-Регионы, в которые осуществляется доставка;

-Удобство оплаты заказов, спектр систем оплаты;

-Возможность контроля за ходом исполнения заказа.

2. Посредники (дилеры, комиссионеры и т.д.)

3. Степень охвата рынка каналами сбыта

4. Обратная связь с потребителем

5. Продвижение

-Интернет-реклама для потребителей;

-Реклама для посредников (привлечение партнеров в партнерские программы и др.);

-Offline-реклама;

6. Стимулирование сбыта.

-Мероприятия по привлечению посетителей на сайт;

-Дополнительная информация.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 3

Тема: «Анализ систем электронной коммерции»

Цель работы: формирование навыков проведения сравнительного анализа систем электронной коммерции.

Методические указания

Подготовьте отчет в печатном и электронном виде по анализу систем электронной коммерции опираясь на следующие пункты:

1. Проведите анализ тенденций развития электронной коммерции по отдельным отраслям национальной экономики.

2. Перечислите факторы, которые, на ваш взгляд, сдерживают развитие бизнеса, и оцените возможности электронной коммерции в улучшении ситуации.

3. Классифицируйте по степени значимости бизнес-модели электронной коммерции в розничной торговле.

4. Определите информационное обеспечение, достаточное для выработки эффективной стратегии развития электронной коммерции бизнес- системы.

5. Дайте сравнительный анализ платежных систем электронной коммерции, раскрыв их преимущества и слабые стороны.

6. Проведите анализ тенденций развития электронной коммерции в каком-либо виде индустрии услуг (туризм, внедомашнее питание, гостиничный бизнес и другие на Ваш выбор).

7. Определите перспективы расширения классификации виртуальных рынков.

8. Сформулируйте отличительные черты стратегий рекламы электронной и традиционной коммерции.

9. Назовите сильные и слабые стороны использования электронной коммерции в конкурентной борьбе на различных (по Вашему выбору) товарных рынках.

10. Проведите сравнительный анализ эффективности рекламы на выбранных Вами сайтах.

11. Обоснуйте Ваш выбор наиболее важной проблемы юридического обеспечения функционирования электронной коммерции на современном этапе ее развития в России и за рубежом.

12. Составьте Ваш личный тезаурус основных понятий электронной коммерции.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 4

Тема: «Основные положения по классам ведения электронной коммерции и электронным торговым площадкам»

1. Что такое Ассоциация электронных торговых площадок (<http://www.aetr.ru>) и какие услуги она предлагает? Какие торговые площадки входят в данную ассоциацию? К какому типу они относятся? Перечислите торговые площадки известных вам субъектов экономики. Назовите преимущества вступления в АЭТП.

2. Охарактеризуйте коммерческую электронную торговую площадку «B2B-Center» (<https://www.b2b-center.ru>): объем торговых операций, количество совершенных сделок. Какие виды сделок, отрасли экономики и варианты поиска представлены на данной площадке? Какие сервисы и возможности для поставщиков и заказчиков она предлагает? Дайте краткую характеристику ЭТП.

3. Оцените деятельность электронной торговой площадки «SETonline» (<https://www.setonline.ru>). Между какими участниками деловых операций (классами, категориями) электронной коммерции происходит взаимодействие? Укажите стоимость работы на этой площадке (см. раздел «Тарифы»). Зарегистрируйтесь на бесплатных вебинарах по работе в данной системе в разделе «Учебный центр».

4. Откройте официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок (<http://zakupki.gov.ru>). Охарактеризуйте принципы его работы. Какие предприятия вашей области активно участвуют в закупках?

5. С помощью поисковых систем найдите не менее пяти торговых площадок модели B2B по выбранному товарному сектору рынка (сельское хозяйство, медицина, транспорт, химическая промышленность, машиностроение, строительство, компьютеры и информационные технологии) и занесите их в таблицу:

Товарный сектор	Название товарной площадки	Сайт торговой площадки

Проведите сравнение двух любых из выбранных торговых площадок по следующим критериям: удобство поиска и дружелюбность интерфейса, дополнительные услуги, онлайн-помощь, стоимость участия. Проведите проверку индексации (посещаемости) данных ресурсов, определите тематический индекс цитирования (ТИЦ) с помощью средств бесплатного аудита вебсайтов (cy-pr.com, pr-cy.ru или auditme.ru).

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 5

Тема: «Разработка собственного бизнес-проекта»

Цели работы: разработать бизнес-проект, связанный с электронной коммерцией; научиться делать презентацию выполненной работы на публике.

Методические указания:

Тема проекта должна быть связана с электронной коммерцией, т.е. с любой экономической деятельностью с использованием электронных информационных технологий. Проект должен быть коммерческим, т.е. подразумевать получение коммерческого эффекта от его реализации. Могут быть выбраны любые отрасли экономики.

Содержание проекта:

Варианты бизнес-проекта:

- создание какого-либо электронного бизнеса с нуля (например, создание Интернет-магазина или В2В-портала);
- встраивание элементов электронной коммерции в уже существующий бизнес (например, открытие сайта давно работающей компании, организация дополнительного канала сбыта продукции через Интернет и т.п.)

Основные положения, на которые необходимо осветить в презентации проекта:

1. Определить сектор (или сектора) электронной коммерции, на который (которые) будет направлен проект.
2. Проанализировать преимущества и риски проекта.
3. Оценить конкурентную ситуацию в данном сегменте рынка.
4. Порядок реализации проекта - ресурсы, средства, время, кадры, финансы и т.д.
5. Определить, какие технологии электронной коммерции будут использоваться (аутентификация, ЭЦП, сертификаты, взаимодействие с АСУ ресурсами предприятий, юридическое сопровождение, вопросы информационной безопасности и т.п.).
6. Определить тип и характеристику сайта, если проект связан с интернетом.
7. Определить возможности продвижения, «раскрутки» проекта - интернет-маркетинг, интернет-реклама.
8. Определить ожидаемые результаты проекта (финансовые, маркетинговые, социальные и т.д.).

По окончании разработки проекта необходимо сделать небольшую презентацию в формате Microsoft Power Point и подготовить доклад на 5-10 мин.

Примерные критерии оценки проекта:

- соответствие тематике дисциплины;
- оригинальность проекта;
- логичность изложения;
- реализуемость проекта на практике;
- качество презентации;
- ответы на вопросы.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 6

Тема: «Коммерческий цикл и стратегии выхода компании в электронную коммерцию»

Цель работы: научиться выделять субъекты и объекты коммерческой деятельности; закрепить понимание общего коммерческого цикла деятельности предприятия и предшествующих (последующих) этапов; научиться формулировать содержание коммерческого цикла для произвольного вида деятельности; закрепить содержание, входные и выходные сущности каждого из этапов коммерческого цикла в рамках электронной коммерции; рассмотреть реализацию различных стратегий по выходу в ЭК, преимущества и недостатки каждой из них по сравнению со смежными стратегиями.

Методические указания

1. Прочитайте краткое описание деятельности субъекта в рамках электронной коммерции;

2. Ответьте на вопросы:

а) Кто или что является субъектами коммерческой деятельности / объектами коммерческой деятельности?

б) Какие требования предъявляются к клиентам (что им необходимо для взаимодействия с продавцом)?

с) Есть ли какие-то этапы в деятельности субъектов, не относящиеся к электронной коммерции, а относящиеся к электронному бизнесу?

3. Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности;

4. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точки зрения продавца и покупателя;

5. Сделайте предположение о ведении аналогичного бизнеса в рамках OFF-LINE (традиционной) модели и с использованием технологий электронной коммерции для реализации отдельных этапов цикла. Опишите полученные варианты;

6. Выявите преимущества и недостатки предложенных вариантов ведения бизнеса по сравнению со смежными вариантами.

Отчёт о выполненной работе представьте в виде:

1. Ответы на вопросы

а) Сектор ЭК, к которому относится описанная деятельность

б) Субъекты коммерческой деятельности

с) Объекты коммерческой деятельности

д) Что требуется покупателю для полноценного взаимодействия с продавцом

е) В рамках описанного примера к ЭК напрямую не относятся следующие этапы (действия субъектов)

2. Схема коммерческого цикла

3. Детальное содержание этапов коммерческого цикла

4. Краткое описание аналогичного бизнеса в рамках различных вариантов (OFF LINE, частично ON-LINE, полностью ON-LINE)

5. Преимущества и недостатки каждого из описанных вариантов по сравнению со смежными (по вариантам)

6. Выводы

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 7

Тема: «Роль и значение социальных сетей в предпринимательстве и бизнесе»

1. Выберите товар/услугу/компанию для продвижения в социальных медиа:

- найдите 5 страниц конкурентов в Facebook;

- определите характеристики своей целевой аудитории (возраст, пол, география, семейное положение, интересы, категории сообществ, в которых может состоять, образование, профессия, уровень дохода);

- посчитайте среднее количество «лайков»/комментариев/репостов к 20 последним постам. Определите степень вовлеченности;

- изучите рекламный раздел на Facebook (<https://www.facebook.com/ads/create>);

- выясните, как работают рекламные разделы в «Одноклассниках», «ВКонтакте» и в Instagram.

По итогам работы заполните таблицу, отразив все критериальные характеристики по списку.

Популярные социальные сети в России

Критерии / Название сети	Facebook	ВКонтакте	Одноклассники	Instagram
Описание типового пользователя				
Общее количество пользователей				
Преимущества				
Недостатки				
Возможности бесплатного интернет-маркетинга				
Варианты платного продвижения				

2. Определите, на каких форумах и блогах вы можете продвигать рекламируемый товар/услугу. Дайте их краткую характеристику.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 8

Тема: «Социальные сети в маркетинге. Корпоративные социальные сети.»

1. Какие сервисы видеохостинга и каким образом вы будете использовать при интернет-маркетинге?

2. Сформируйте медиаплан продвижения вашего товара /услуги/компании на месяц. Пример приведен ниже.

Тип публикации	Место размещения	Формат	Цена	Форма покупки	Количество размещений	Стоимость
Репост	Группа «Название»	Видео	5000	Новость в ленте	1	5000
Рекламный баннер	Социальная сеть	Текст и изображение	1000	1000 показов	10	10000

3. Проанализируйте системы автоматизации работы в социальных сетях и блогах, такие как «Блогун» и «Brand Analytics».

4. Оцените возможности интернет-маркетинга в различных социальных медиа.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 9

Тема: «Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса»

Цель работы: найти и проанализировать характеристики компаний в рамках заданного вида деятельности; научиться выделять отличительные признаки в работе компаний в рамках ЭК; научиться выполнять SWOT анализ для заданного вида деятельности в рамках ЭК.

Методические указания

1. Ознакомьтесь с содержанием деятельности компании в рамках ЭК в соответствии с вашим вариантом;

2. Найдите в российском сегменте сети Интернет 2 компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанному в вашем варианте;

3. Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 10-15 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга

4. Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний;

5. Предположим, вы хотите выйти на рынок рассматриваемых товаров (услуг) в рамках существующей компании, открыв отдельное направление, либо создав, новый канал сбыта в рамках традиционной деятельности:

выделите возможный набор внутренних сильных сторон в предполагаемой компании;

выделите возможный набор внутренних слабых сторон в предполагаемой компании;

выделите возможный набор потенциальных внешних возможностей для реализации предполагаемой компанией на рассмотренном рынке товаров (услуг);

выделите возможный набор потенциальных внешних угроз для бизнеса предполагаемой компании на рассмотренном рынке товаров (услуг);

6. Постройте SWOT матрицу для предполагаемой компании, описывающую стратегические альтернативы и ограничения. Выделяя те, которые могут лечь в основу формирования стратегии;

7. Определите значимости каждого из базовых факторов SWOT матрицы по 10-ти бальной шкале методом собственной экспертной оценки;

8. Сложите полученные значения для факторов, находящихся в выделенных парах в SWOT матрице и определите пару факторов с максимальным значением суммы;

9. Сделайте вывод по смыслу полученного результата и содержанию возможной стратегии предполагаемой компании.

Отчёт о выполненной работе:

1. Основная деятельность компании заключается в.....и нацелена на следующие группы клиентов:.....

2. Сравнение компаний, уже работающих на данном рынке

1. Название и адрес компании

2. Группа характеристик (факторов): внутренние сильные и слабые стороны предполагаемой компании; внешние ограничения и угрозы предполагаемой компании (потенциальные внешние возможности, потенциальные внешние угрозы); SWOT матрица для предполагаемой компании (возможности, угрозы, сильные стороны, поле СИВ, поле СИУ, слабые стороны, поле СЛВ, поле СЛУ)

3. Экспертные оценки значимости факторов (сильные и слабые возможности, сильные и слабые угрозы)

4. Общий вывод и возможное содержание стратегии на данном направлении деятельности

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 10

Тема: Динамика развития электронной торговли в России и влияющие на нее факторы

1. Найдите в глобальной компьютерной Сети рейтинг крупнейших электронных магазинов РФ. В каких сферах подобные виртуальные предприятия получили наиболее широкое распространение?

2. Выделите 3 магазина, похожие по направлению деятельности. Выберите название конкретного товара и смоделируйте процесс его поиска в данных магазинах. Ответьте на представленные вопросы:

- а) проанализируйте удобство навигации при работе с каталогом, фильтрами поиска, поисковой строкой;
- б) оцените скорость загрузки сайта;
- в) изучите полноту представленного текстового описания выбранного товара (услуги);
- г) проверьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц;
- д) проверьте наличие онлайн-консультанта;
- е) протестируйте наличие мобильной версии сайта и ее работоспособность;
- ж) проанализируйте, требуется ли регистрация посетителя, на каком этапе заказа и какие сведения для этого необходимы;
- з) выясните, предлагаются ли какие дополнительные услуги при формировании корзины;
- и) укажите предлагаемые интернет-магазином системы оплаты;
- к) перечислите предлагаемые способы доставки;
- л) проведите проверку индексации (ТИЦ) и посещаемости сайтов (с помощью средств бесплатного аудита веб-сайтов cy-pr.com, pr-cy.ru).

Занесите результаты сравнения электронных магазинов по пятибалльной шкале в таблицу (пункты а–е оцениваются по пятибалльной шкале, по остальным необходим текстовый ответ в таблице).

Критерий оценки	Название магазина		
а) удобство навигации			
б) скорость загрузки сайта			
в) полнота описания			
г) наличие мультимедиа			
д) онлайн-консультант			
е) мобильная версия			
ж) регистрация			
з) дополнительные услуги			
и) системы оплаты			
к) способы доставки			
л) ТИЦ			
м) посещаемость (ежемесячно)			

Сделайте общий вывод о работе интернет-магазинов и их возможностях по сравнению с традиционными.

3. Охарактеризуйте лидера в области интернет-торговли продуктами питания и сопутствующими товарами интернет-гипермаркет «Утконос» (<https://www.utkonos.ru>): территориальный охват, возможности, виды товаров, условия приобретения и выгоды для покупателей. Действует ли этот или подобный магазин в вашем городе/регионе?

Тема: «Структура системы предприятий электронной коммерции Российской Федерации»

I. Готовые решения создания интернет-магазина

В глобальной компьютерной Сети найдите 3 предложения по запросу «готовые решения интернет-магазина» и проведите их анализ по следующим критериям:

- стоимость покупки готового решения;
- возможности по визуальному представлению пользовательского интерфейса (уникальность дизайна интернет-магазина);
- возможности по организации каталога товаров, а также имеющиеся механизмы его актуализации;
- гибкая настройка системы поиска по разделам каталогов;
- наличие и возможности системы регистрации и авторизации пользователей, возможности управления зарегистрированными пользователями;
- поддерживаемые механизмы организации оплаты заказов;
- наличие механизмов организации системы скидок и других «бонусных» мероприятий;
- наличие системы статистики, обработки и учета заказов;
- встроенный онлайн-консультант.

II. Разработка интернет-магазина «на заказ»

1. Найдите предложения трех веб-студий, оказывающих услуги по разработке интернет-магазинов. Проанализируйте их по следующим критериям:

- количество уже созданных компанией интернет-магазинов;
- срок исполнения заказа;
- сопровождение, техническая поддержка интернет-магазина;
- интеграция с популярными сервисами оплаты и доставки;
- интеграция с 1-С и другими бухгалтерскими/складскими программами;
- предложения по рекламной компании интернет-магазина;
- цена заказа и ежегодная стоимость эксплуатации интернет-магазина.

2. Сравните готовые решения по созданию интернет-магазина и его разработку «на заказ» по следующим критериям.

Критерий	Готовое решение	Магазин «на заказ»
Цена		
Сроки		
Дизайн		
Функционал		
Обновления и доработки		
Риски выбора подрядчика		
Тех. Поддержка		

Сделайте вывод, от чего в первую очередь зависит выбор технологий проектирования интернет-магазина.

III. Создание электронного магазина с помощью конструктора сайтов

1. Найдите в глобальной компьютерной Сети характеристики лучших русскоязычных конструкторов интернет-магазинов.

2. Выберите 2 конструктора и сравните их по следующим параметрам:

- цена сервиса в месяц;

- качество и количество шаблонов дизайна;
- возможность смены дизайна;
- возможность глубокой правки шаблонов сайта и написания своих модулей;
- поддержка почтовых ящиков;
- техническая поддержка сервиса (телефон, живой чат, почта, форум);
- полноценный магазин (интеграция с «1С», сравнение товаров, отложенные товары, база покупателей, методы оплаты и прочее);
- возможность подключения своего домена и вывода сайта из сервиса на свой хостинг.

3. Создайте на основе конструктора сайта собственный интернет-магазин. При этом выберите привлекательное доменное имя, отражающее направление деятельности вашего виртуального предприятия.

4. Проанализируйте варианты и стоимость размещения созданного интернет-магазина на площадке разных хостинг-провайдеров (3–5 провайдеров) и независимого доменного имени.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 12

Тема: «Выбор способа организации приложения электронной коммерции»

Цель работы: рассмотреть возможные варианты организации «простых» приложений ЭК; научиться определять список услуг, которые требуются для организации приложения ЭК; попытаться проанализировать предложения провайдеров по оказанию требуемых услуг; научиться выделять основные направления первоначальных расходов при организации приложений ЭК различными способами; научиться выделять основные направления ежемесячных (периодических) расходов при организации приложений ЭК различными способами.

Методические указания

1. Прочитайте описание компании, которой необходимо создать новое приложение, функционирующее в рамках электронной коммерции;
2. Предложите вариант организации элементов приложения ЭК, который лучше всего подходит для компании и обоснуйте своё предложение;
3. Определите перечень требуемых от провайдеров услуг, которые необходимы для полноценного функционирования приложения ЭК;
4. Опишите, что даст каждая из услуг для бизнеса компании;
5. Найдите провайдеров, которые оказывают услуги, требуемые для вашей компании;
6. Произведите сравнение условий оказываемых услуг;
7. Осуществите выбор того провайдера, который больше всего удовлетворяет вашим требованиям для организации приложения ЭК и обоснуйте свой выбор;
8. Составьте перечень направлений затрат, которые необходимо будет произвести вашей компании на начальном этапе (кроме создания самого приложения ЭК) и затрат, которые необходимо будет нести на этапе эксплуатации (ежемесячные, ежеквартальные, ежегодные) и приведите примерную оценку стоимости этих затрат на основе данных провайдеров и Интернет магазинов, торгующих соответствующей техникой.

Отчёт о выполненной работе:

1. Выбор и описание способа организации приложения электронной коммерции.
2. Выделение списка требуемых от провайдеров услуг, необходимых для полноценного функционирования приложения электронной коммерции.

Услуга

Цели использования

3. Сравнение характеристик услуг, предлагаемых различными провайдерами:

Услуга

Провайдер 1

Провайдер 2

Провайдер 3

4. Выбор провайдера и обоснование выбора.

5. Определение первоначальных затрат, требуемых для организации приложения.

Направление затрат (услуга)

Приблизительная стоимость

Определение периодических затрат, требуемых для функционирования приложения

Направление затрат (услуга)

Приблизительная стоимость

Сделать выводы по проведенной работе

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 13

Тема: «Характеристика интернет-маркетинга. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы.»

Выберите сайт и товар/услугу на нем, продвижением которого вы будете заниматься. Попробуйте использовать при этом разнообразные виды интернет-маркетинга:

1. Поисковая оптимизация (SEO): - попробуйте выбрать и записать для своего сайта ключевые слова и фразы, по которым пользователь будет искать рекламируемый вами товар (услугу); - выясните, как можно добавить сайт на индексацию в поисковые системы «Google» и «Яндекс»; - найдите, в каких тематических каталогах вы можете зарегистрировать свой сайт. Какие программы позволяют делать это автоматически?

2. Директ-маркетинг. Найдите и проанализируйте любые два сервиса e-mail рассылок по следующим критериям:

Критерии анализа	Название сервиса	
наличие русскоязычного интерфейса		
готовые шаблоны писем		
процент доставленных писем		
наличие системы анализа/отчетов		
наличие бесплатной тестовой версии		
тех. поддержка на русском языке		
стоимость		
известные пользователи сервиса		

3. Выясните стоимость различных видов медийной рекламы, от каких показателей она зависит? Какие виды баннеров вы знаете? На каких сайтах планируете их размещать?

4. На каких интернет-ресурсах вы будете проводить PR-кампанию своей фирмы/товара? Предложите варианты платных и бесплатных площадок.

5. Попробуйте проанализировать различные способы организации интернет-маркетинга вашей компании: наличие штатного интернет-маркетолога или передача работы на аутсорсинг. Какие задачи лучше выполнять самостоятельно?

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 14

Тема: Инновации в маркетинге

1. Перечислите и дайте пояснение специфическим терминам, используемым в интернет-маркетинге.
2. Что понимают под продвижением сайта, какие технологии для этого применяются?
3. Какой показатель применяется для оценки эффективности вложений в рекламу, как он определяется и измеряется?
4. Что характеризует показатель CTR в интернет-маркетинге, как он определяется, каковы типичные значения этого показателя? Какие мероприятия применяются для повышения значения этого показателя?
5. Кратко законспектируйте теоретическую часть. Понятие SMM-технологий. Особенности использования SMM-технологий в процессе продвижения компании в сети Интернет.
6. Подготовьте ответы на следующие вопросы:
 - Что такое SMM-технологии?
 - Каковы особенности использования SMM-технологий?
 - С помощью каких ресурсов возможно SMM-продвижение?
 - Определите целевую аудиторию во «Вконтакте».
 - Перечислите элементы организационной культуры в организациях социальной сферы: миссия, имидж, корпоративный кодекс, символы, мифы. Как это относится к продвижению в социальной сети «Вконтакте».
 - Таргетинговая реклама ее функции и особенности, проанализируйте сильные и слабые стороны данной технологии. Является ли она эффективной на Ваш взгляд, почему?
7. Определите задачи для конкретной сферы бизнеса с учетом специфики SMM.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 15

Тема: «Разработка медиа плана компании»

Цель работы: систематизировать способы рекламы в сети Интернет; изучить предложения различных рекламных площадок для различных предметных областей; оценить стоимостные затраты на реализацию небольшого медиа плана в сети Интернет; научиться определять потенциальную эффективность от размещения рекламы на различных площадках;

Методические указания

1. Прочитайте описание деятельности компании.
2. Опишите возможные способы продвижения товаров/услуг в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании.
3. Определите 2-3 площадки, где возможно разместить рекламу вашей деятельности. Определите ценовую политику данных площадок.
4. Определите 1-2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для вашего Интернет проекта и их стоимостные характеристики.
5. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы сайта (например разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах, оптимизация содержания сайта и др.).
6. Составьте медиа план на 1 месяц, включающий Интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4-5 позиций.

Отчёт о выполненной работе:

1. Способы Интернет рекламы, применимые для описанной деятельности
2. Обзор возможных Интернет сайтов для размещения рекламы

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №1

Тема: «Расчеты в электронной коммерции»

Цель работы: рассмотреть различные технологии осуществления электронных расчётов в сети Интернет; научиться выбирать наиболее подходящие способы расчётов для различных целевых групп Интернет проектов; проанализировать конкретные системы, реализующие выбранные технологии на их экономические характеристики;

Методические указания

1. Прочитайте описание деятельности компании
2. Выделите те способы расчётов, которые характерны для различных групп целевой аудитории

3. По информации сайтов ПИС:

определите требования для подключения к выбранным ПИС для предприятия торговли;

определите первоначальные затраты на подключение;

определите комиссии, взимаемые с предприятия торговли ПИС;

Отчёт о выполненной работе:

1. Выбор наиболее удобных электронных способов расчётов:

Целевая аудитория

Возможные способы расчётов

Почему именно эти способы?

2. Сводный анализ требований и стоимости использования услуг системы расчётов

Требования к подключению

Затраты при подключении

Стоимость обслуживания и комиссии

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 2.

Тема: Электронные платежи

1. Проанализируйте одну из карточных платежных систем (Visa, Master card, «Мир» и т. п.) по следующим критериям: - историческая справка (год создания, страна и т. д.); - центр платежной системы (название и место расположения); - количество эмитентов, держателей карт, предприятий торговли и сервиса, принимающих карты данной платежной системы к оплате, количество банкоматов в динамике за несколько лет (по России);

- предлагаемые карточные продукты и возможность их использования для оплаты покупок в Интернете.

2. Найдите в глобальной компьютерной Сети исследования эффективности российских сервисов интернет-банкинга физических лиц за текущий год (Internet Banking Rank). Какие банки входят в топ-10 по данному показателю? Проанализируйте описание услуг/возможностей интернет-банкинга любого лидирующего в данном рейтинге банка.

3. Проанализируйте одну из электронных платежных систем (Яндекс.Деньги, WebMoney и т. д.) по следующим критериям:

- заведение счета в системе;

- спектр предлагаемых услуг;

- крупнейшие участники системы.

4. Какие криптовалюты вы знаете? Назовите их преимущества и недостатки. Какие варианты приобретения и использования криптовалют существуют?

5. Дайте характеристику виртуальных валют, используемых в социальных сетях.

6. Проанализируйте возможности агрегатора платежных систем «ДеньгиОнлайн» (<http://dengionline.com>).

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 3.

Тема: Характеристика мобильной коммерции

1. По данным аналитических агентств, количество коммерческих сделок в 2017 г. с использованием мобильных устройств в несколько раз превысило число коммерческих сделок, совершенных с использованием стационарных персональных компьютеров. Обоснуйте эту тенденцию, приведите конкретные цифры.

2. Используя диаграмму (рис. 1), охарактеризуйте развитие мобильной коммерции в России за последние шесть лет.

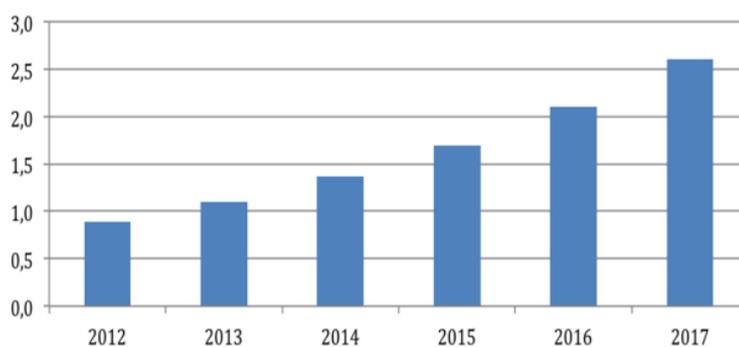


Рис. 1. Объем рынка мобильной коммерции в России, трлн руб.¹

3. Дайте описание платежных систем мобильной коммерции процессингового центра «PayOnline». При анализе используйте интернет-ресурс www.payonline.ru.

4. Какие мобильные приложения для торговли вы знаете?

5. Опишите мобильное торговое приложение «Моби-С». Что представляет собой концепция BYOD, реализованная в «Моби-С»?

6. Какие еще инновационные решения в мобильной коммерции вы знаете?

7. Какие факторы сдерживают развитие мобильной коммерции в России?

1. Сравните предложения мобильной коммерции от операторов связи «МТС», «Билайн» и «Мегафон» для физических лиц: минимальный и максимальный разовый платеж, стоимость предоставления услуги и пр. Какие варианты услуг они предоставляют в этом направлении?

2. Проанализируйте услугу «Мобильная коммерция» для компаний, использующих выездных сотрудников и торговых агентов, от оператора «МТС» (возможности, совместимые устройства, стоимость и варианты подключения).

3. Охарактеризуйте технологии ближнего радиуса действия NFC и HCE, их применение в торговле.

4. Какие мобильные устройства поддерживают опцию NFC? Для чего она используется? Какие факторы сдерживают развитие данной технологии?

5. Что представляет собой оплата товаров и услуг с помощью считывания QR-кодов? Почему эту технологию считают более перспективной, чем NFC-платежи? Приведите примеры реализации этой технологии в России и за рубежом.

6. Что такое мобильный сканер и в каких ситуациях его можно использовать?

7. Охарактеризуйте направления деятельности компании Pay365 в сфере мобильной коммерции.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 4.

Тема: Мобильные приложения

1. Дайте описание платежных систем мобильной коммерции процессингового центра PayOnline. При составлении отчета используйте интернет-источник www.payonline.ru.
2. Дайте описание интегральных финансовых услуг оператора сотовой связи МТС. При написании отчета используйте интернет-источник company.mts.ru.
3. Дайте описание мобильного приложения для планшетов MobileSputnik. Как оно может использоваться в торговле? При написании отчета используйте интернет-источник www.mobilesputnik.ru.
4. Дайте краткое описание мобильной платформы 1С:Предприятие 8.3.
5. Составьте отчет по применению программного обеспечения для терминалов сбора данных DataMobile. При написании отчета используйте интернет источник www.datamobile.ru/datamobile/equipment.htm.
6. По данным аналитических агентств, количество коммерческих сделок в 2019 г. с использованием мобильных устройств в несколько раз превысило число коммерческих сделок, совершенных с использованием стационарных ПК. Обоснуйте эту тенденцию, приведите конкретные цифры.
7. Используя интернет-ресурс class365.ru, дайте описание облачной системе Класс365 для автоматизации работы малых и средних торговых компаний.
8. Используя интернет-источники sheerpla.ru и www.ApiShops.com, составьте отчет по применению новых инструментов для ведения онлайн-торговли.
9. Используя интернет-ресурсы, дайте характеристику программному продукту компании Ай-Ти MobileSputnik. Для чего он предназначен? Каковы его возможности?

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 5.

Тема: Факторы развития электронного бизнеса

Цель: Изучение принципов построения и функционирования средств электронного бизнеса, поиск информационных ресурсов по электронному бизнесу и практическое освоение используемых сервисов.

Основные вопросы:

Общие особенности электронного бизнеса;

Виртуальные корпорации и предприятия;

Другие формы организации бизнеса (электронные магазины, киоски и витрины)

Общие особенности электронного бизнеса

Электронный бизнес - это способ заработка денег посредством электронных устройств. Существует еще одно определение электронного бизнеса электронный бизнес - это предоставление услуг или конечного продукта через электронные средства. Телевидение, телефон, Интернет являются таковыми.

Электронный бизнес это - качественно новые технологии работы, которые позволяют компании достичь конкурентного преимущества за счет улучшения обслуживания своих клиентов и оптимизации бизнес отношений с партнерами. Интернет-технологии являются одним из основных, но не единственным ключевым аспектом в электронном бизнесе. Электронная коммерция это - один из элементов электронного бизнеса. Она связана с выполнением функций маркетинга, включая продажу товаров и услуг через Интернет

потребителю. Большинство специалистов выделяют две составные части электронного бизнеса.

Строго говоря, никакого электронного бизнеса не существует. Бизнес - он или есть, или его нет. А то, что принято называть электронным бизнесом - всего лишь инструмент бизнеса традиционного. Один из инструментов бизнеса традиционного. Не более того. И никакой мистификации. Электронный Бизнес e-Business - любая форма бизнес процесса, в котором взаимодействие между субъектами происходит электронным способом. Важно отличать электронный бизнес от электронной коммерции. Онлайн продажи или Электронная Коммерция e-Commerce - процесс, совершаемый электронным способом, в результате которого право собственности или право пользования товаром/услугой было передано от одного лица к другому. С этой точки зрения, Электронная коммерция - частный случай Электронного Бизнеса. Сочетание слов электронный бизнес содержит главную идею, то есть сделать формализуемые бизнес операции электронными и перевести их в Internet среду. Хотя это кажется простым, суть электронного бизнеса не ограничивается программным обеспечением и компьютерами, как традиционное предприятие не состоит лишь из офиса и копировального аппарата. Реализация простой и понятной идеи требует пересмотра всей модели делового оборота. Как и традиционный, электронный бизнес требует комплексного подхода, включающего планирование и управление.

Виртуальные корпорации и предприятия

Виртуальная корпорация это следующий шаг в развитии сетей делового сотрудничества. Виртуальная корпорация - это сеть делового сотрудничества, включающий базовый вид бизнеса, его поставщиков и потребителей, деятельность которых интегрируется и контролируется с помощью широкого применения ИТТ.

Интеграция бизнес - и информационных стратегий.

Общая технология, которая часто предлагает существование общей компьютерной сети спутниковой и/ или кабельной связи, общие стандарты программного обеспечения, электронный обмен данными.

По настоящему виртуальная корпорация будет концентрироваться вокруг базового вида бизнеса, для которого характерна высокая степень интеграции с виртуальными видами деятельности и со значительным размыванием областей бизнеса. Такая виртуальная корпорация будет полностью зависеть от информационной сети: её поставщики, потребители, ресурсы будут находится в сети, полная интеграция с информационной сетью может привести к тому, что продукт организации станет 100% виртуальным.

Развитие виртуальных систем сотрудничества ведёт к стиранию иерархических рамок как внутри организации так и в среде делового сотрудничества. Виртуальные корпорации состоят из функциональных партнёров. Критерием выбора каждого партнёра может служить лучшая услуга или товар. Каждый участник вносит лучшее, что имеет. Новые ИТТ позволяют тщательно отбирать каждого партнёра, что в свою очередь ведёт к лучшей организации предприятия. Успех отдельно взятой виртуальной корпорации будет зависеть от её способности обрабатывать большое количество информации. Успешное управление информационным потоком и быстрая реакция на полученную информацию будет давать результат превосходства данной виртуальной корпорации над любой другой современной формой предприятия. Обладая новейшими ИТТ и опираясь на них в организации своего бизнеса виртуальная корпорация получает неоспоримые конкурентные преимущества: меньшие издержки, меньшие капиталовложения, более гибкое управление и больший предельный доход, что обуславливает высокую конкурентно способность и широкие возможности развития.

Продукт нового типа является одним из факторов конкурентоспособности виртуальной организации. Такой товар должен быть произведён на высоком уровне современных технологий, что обуславливает постоянное самообучение организации. Организация, производя продукт, должна как можно с большей скоростью реагировать на изменения желаний потребителя.

Электронные магазины

Данный вид услуг заключается в создании систем электронной коммерции, систем управления банковскими и финансовыми операциями, виртуальных корпоративных и

межрегиональных сетей обмена информацией, а также других прикладных систем. Оценить объем этих услуг затруднительно.

Внедрение традиционных информационных технологий в Интернет

Эти технологии включают видеоконференции; дистанционный мониторинг; телемедицину; дистанционное обучение и образование; телефонию; интеграцию СМИ и Интернета (интерактивное ТВ, виртуальные издательства); электронный обмен данными (Electronic Data Inerchange - EDI) и т. д. Работы по внедрению традиционных технологий носят исследовательский характер. Точных данных о вложениях в этот сектор нет (см. [21]).

Начать свой бизнес в Сети, особенно при отсутствии финансовых средств, очень непросто.

Структура электронной коммерции В структуре ЭК можно выделить пять основных элементов:

- реклама;-
- п-репредставление товара;
- проведение операций;-
- послепродажную поддержку;-
- построение отношений с клиентом.

Особенностью рекламы в Интернете является то, что привлечь внимание к предлагаемым товарам и услугам в Сети сложнее, чем при использовании традиционной рекламы в обычном мире. К рекламе предъявляются повышенные требования.

Она обязательно должна быть:

- доступной,
- динамичной,-
- интерактивной-
- притягательной.-

Создание рекламной продукции, отвечающей этим требованиям, потребовало разработки таких новых средств, как Java-анимация, DHTML (динамический HTML) и язык VRML (Virtual Reality Modeling Language - язык моделирования виртуальной реальности).

Многие начинающие разработчики web-сайтов думают, что достаточно создать какую-либо страницу в Интернете, как о ней узнают миллионы людей. Это - глубочайшее заблуждение.

Создать сайт или отдельную HTML-страницу и разместить ее в Сети сейчас довольно просто. Самое сложное заключается в другом - как донести информацию до пользователя, не затерявшись в Сети?

Здесь на первый план выступает процедура продвижения (promotion) своего сайта и маркетинга предлагаемых товаров (услуг).

Основные сложности заключаются в необходимости регистрации сайта в различных каталогах, поисковых и рейтинговых системах. А поскольку Сеть "живет", т. е. одни сайты умирают, а другие рождаются, эта работа не прекращается до тех пор, пока живет сайт. Чем в большем количестве мест сайт зарегистрирован, тем тяжеловеснее становятся его основные страницы, поскольку, как правило, требуется размещать обратные ссылки на эти места. Так что регистрация где попало - не лучшее решение.

Очень важно выгодно представить товар в Интернете. В обычной торговле пользователь (потенциальный покупатель), как правило, может увидеть товар, подержать в руках, опробовать и оценить его достоинства. Для моделирования реальных ощущений от контакта с товаром в Интернете используются средства мультимедиа, которые позволяют привлекать для показа товара видеоролики, звук, трехмерные изображения и анимацию. Наибольшую перспективу имеют "товары", относящиеся к разряду информационных услуг, поскольку о них с помощью компьютерных средств можно рассказать больше и интереснее, чем, скажем, с помощью печатных изданий. Хорошо представить товар - значит, не только привлечь внимание клиента, но и внушить доверие к предлагаемому товару и продавцу, дать возможность покупателю почувствовать себя обладателем товара.

Проведение операций, связанных с оплатой товара или услуги, обязательно должно быть безопасным и быстрым. Прием и выполнение заказа должны сопровождаться

уведомлением по электронной почте. Покупателю желательно также иметь средства оперативного отслеживания процесса выполнения заказов, требующих времени.

Послепродажная поддержка должна предусматривать возможность обращения клиента к продавцу с вопросами по электронной почте, а еще лучше - в режиме реального времени.

Ориентируясь на долговременную работу на рынке, грамотный продавец занимается построением отношений с клиентом, которые формируют у последнего приверженность к определенной марке и стимулируют его к повторным покупкам. Эти отношения обычно строятся на знании предпочтений и индивидуальных потребностей клиентов, а также на умении своевременно и ненавязчиво информировать клиента о потенциально нужных ему товарах и услугах. Одним из средств развития отношений с клиентами являются электронные презентации и видеоконференции.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 6.

Тема: Перспективы развития электронных платежных систем

1. Рассмотрите понятие «национальной платежной системы»
2. Используя учебную литературу и статьи периодической печати, опишите виды рисков, возникающих в платежных системах и пути их минимизации.
3. Опишите перспективы развития электронных платежных систем в России и зарубежом.
4. Используя данные официального сайта ЦБ РФ www.cbr.ru, проследите динамику количества кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и эквайринг платежных карт за последние три года. Составьте таблицы, сделайте соответствующие выводы.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 7.

Тема: Государственное регулирование электронной коммерции в Северной Америке

1. Понятие, история и тенденции развития «Права электронной торговли» в зарубежных странах. Электронная торговля в законодательстве США и стран Латинской Америки.
2. Правовое регулирование электронной торговли в отдельных областях предпринимательской деятельности в зарубежных странах.
3. Правовое регулирование электронной торговли на рынке финансовых услуг
4. Разрешение споров из договоров, заключенных в электронной форме (вопросы онлайн-урегулирования конфликтов).

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 8.

Тема: Особенности и перспективы развития электронной коммерции в странах ЕС. Организация и регулирование электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии.

1. Понятие, история и тенденции развития «Права электронной торговли» в зарубежных странах. Электронная торговля в праве ЕС и национальном законодательстве стран Европейского Союза.
2. Электронная торговля в законодательстве государств — участников ЕАЭС
3. Правовое регулирование электронной торговли в отдельных областях предпринимательской деятельности в зарубежных странах.
4. Правовое регулирование электронной торговли на рынке финансовых услуг
5. Разрешение споров из договоров, заключенных в электронной форме (вопросы онлайн-урегулирования конфликтов).

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 9.

Тема: Использование сервисов для проведения аудита сайтов на безопасность

Цель работы: изучение и проверка сайтов с помощью сервисов на наличие уязвимостей и угроз с помощью различных интернет аудитов.

Задачи работы: • изучить возможности представленных сервисов для проведения аудита сайтов на безопасность; • проанализировать критерии проверки безопасности интернет ресурсов; • провести анализ сайта с помощью предоставленных двух систем для проверки аудита сайтов.

Отчетность по работе: необходимо предъявить преподавателю результаты выполнения всех заданий, представленных в лабораторной работе, и ответить на контрольные вопросы, размещенные в работе.

Краткие теоретические сведения

Аудит безопасности сайта (проверка сайта на уязвимости) — ряд процедур, нацеленных на обеспечение стабильной работы веб-ресурса, безопасности данных и снижения рисков. Ни для кого не секрет, что экономическая ситуация сейчас диктует новые правила, в том числе и в конкурентной борьбе. Если раньше «война технологий», кибершпионаж и деструктивные действия были, в основном, уделом больших корпораций или целых государств, то теперь эти методы вполне успешно применяются в малом и среднем бизнесе. Сайты оффлайн компаний пока оставим в стороне, а сегодня поговорим про коммерческие вебсайты, чей основной доход связан с интернет деятельностью.

Аудит безопасности сайта — это комплекс работ по выявлению ошибок в коде сайта и программном обеспечении сервера, воспользовавшимися которыми злоумышленники могут атаковать и взломать сайт. В наше время мировая экономическая ситуация происходит в режиме конкурентной борьбы. Если несколько лет назад кибершпионажем и различными атаками занимались огромные корпорации или целые страны, то в настоящее время эти методы применяются и в малом бизнесе.

Аудит безопасности веб – сайта – это работа по нахождению недочетов в коде сайта и всем программном обеспечении сервера, которыми могут воспользоваться хакеры при взломе сайта. Мотивы взлома сайта могут быть различны. Злоумышленники делают это либо по определенному заказу, для поиска личной выгоды или просто от нечего делать. Риски при взломе сайта просто огромны. Они напрямую оказывают влияние на приносимый доход фирмы. Но имеется еще и прямая угроза, например, для интернет – магазинов или электронных бирж. Это обширная клиентская база, которая хранит в себе логины, пароли, реквизиты банковских карт для повторных покупок. С помощью этой информации мошенники могут легко выводить средства с банковских карт обычных людей.

Интернет – воров можно поделить на два вида. Одни взламывают сайт и берут оттуда все, «что плохо лежит», пользуются информацией в своих целях и размещают несанкционированный спам или рекламу. Если своевременно проводить аудит безопасности, таких неприятностей можно избежать. Ко второй категории можно отнести злоумышленников, которые идут на конкретную цель. Им нужно либо получить данные клиентов, либо уничтожить сайт полностью. В этом случае атаки будут производиться с завидной регулярностью, пока хакеры не добьются желаемого результата, путем подбора паролей, логинов, искать различные уязвимости сайта.

Аудит безопасности сайта – способ получения адекватной оценки степени защищенности ресурсов, получение полной информации о найденных уязвимостях и рекомендации по их устранению. Это не прекращаемый, постоянный процесс по обеспечению безопасности всех веб – ресурсов фирмы, сохранение деловой репутации и обеспечение сохранности всех личных данных.

Существенно повысить защищенность сайта может помочь комплексный аудит безопасности, как правило включающий в себя следующие действия:

- поиск уязвимостей серверных компонентов;
- поиск уязвимостей в веб-окружении сервера;
- проверка на удаленное выполнение произвольного кода;
- проверка на наличие инъекций (внедрение кода);
- попытки обхода системы аутентификации веб-ресурса;
- проверка веб-ресурса на наличие «XSS» / «CSRF» уязвимостей;
- попытки перехватить привилегированные аккаунты (или сессии таких аккаунтов);

- попытки произвести Remote File Inclusion / Local File Inclusion;
- поиск компонентов с известными уязвимостями; • проверка на перенаправление на другие сайты и открытые редиректы;
- сканирование директорий и файлов, используя перебор и «google hack»;
- анализ поисковых форм, форм регистраций, форм авторизации и т.д.;
- проверки ресурса на возможность открытого получения конфиденциальной и секретной информации; • атаки класса «race condition»;
- внедрение XML-сущностей;
- подбор паролей.

Для больших предприятий не стоит ждать нападения мошенников – нужно заказать аудит безопасности у профессионалов, которые в короткие сроки покажут вам слабые места вашего сайта и обеспечат надежную защиту. В нашем же случае для частного использования будет достаточно проверенных онлайн сервисов для проверки безопасностей сайтов. Рассмотрим несколько таких сервисов.

Веб-сканер CY-PR.com (<https://www.cy-pr.com>). CY-PR.com - ведущий SEO-портал Рунета, обеспечивающий максимально оперативный, точный и комплексный анализ сайта. Чтобы получить исчерпывающий отчет по характеристикам нужного домена, достаточно ввести его в строку анализа и нажать соответствующую кнопку.

После этого вы познакомитесь с результатами всестороннего анализа предложенного доменного имени. Данный анализ раскроет название, описание и ключевые слова вебресурса, скорость работы сайта, текущий статус домена, дату его регистрации и сведения о регистраторе. С помощью сервиса вы получите информацию о собственнике сайта (Whois); узнаете о свободных доменах в других доменных зонах, точном показателе Яндекс тИЦ и Alexa Rank; выясните, присутствует ли ресурс в DMOZ (ODP) и Яндекс.Каталоге. CYPR.com продемонстрирует видимость сайта в поисковиках и подсчитает точное число его проиндексированных страниц в Гугл, Яндекс и других популярных поисковых системах. Помимо этого, вам откроется полная статистика посещаемости сайта, география его посетителей, количество обратных ссылок на анализируемый проект. Комплексный анализ продемонстрирует историю и кэш сайта, проверит валидность CSS- и HTML-кода, предоставит важные сведения о ресурсах конкурентах и т.п. Словом, анализ сайта с помощью нашего сервиса является по-настоящему исчерпывающим, не требующим уточнений. У нас вы можете проверить любой сайт - свой и конкурента. Просто введите нужный URL-адрес в строку анализа и буквально сразу же вы получите результаты комплексного анализа интересующего сайта.

Веб-сканер QUTTERA (<http://quttera.com>).

Выполняет поиск вредоносного кода на страницах, используя бессигнатурный анализ. То есть обладает некой эвристикой и выполняет динамический анализ страниц, что позволяет обнаруживать 0-day угрозы. Из приятных особенностей стоит отметить возможность проверки сразу нескольких страниц сайта, поскольку проверять по одной не всегда эффективно. Хорошо обнаруживает угрозы, связанные с загрузкой или размещением троянов, завирусированных исполняемых файлов. Ориентирован на западные сайты с их характерными заражениями, но часто выручает и при проверке зараженных сайтов интернета. Поскольку сервис бесплатный, есть очередь на обработку задач, поэтому придется немного подождать.

Контрольные вопросы

1. Каким способом можно существенно повысить безопасность сайта?
2. Как называется работа по нахождению недочетов в коде сайта и всем программном обеспечении сервера.
3. Какие действия включает в себя комплексный аудит?
4. От какого главного фактора зависит риск взлома сайта?

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №10

Тема: Разработка приказов об организации работ по обеспечению безопасности персональных данных

цели занятия:

1. Знать содержание и порядок разработки приказа об организации работ по обеспечению безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных, приказа о назначении ответственного за обработку персональных данных и приказа о создании комиссии по организации и проведению работ по защите персональных данных
2. Уметь разрабатывать организационно-распорядительные документы, необходимые для эффективной защиты персональных данных в соответствии с требованиями действующего законодательства.
3. Приобрести навыки разработки необходимых документов в интересах организации работ по обеспечению безопасности ИСПДн.
4. Приобрести навыки анализа и обобщения полученных результатов.

Методические указания:

1. Разработка приказа об организации работ по обеспечению безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных
2. Разработка приказа о назначении ответственного за обработку персональных данных
3. Разработка приказа о создании комиссии по организации и проведению работ по защите персональных данных

предлагается выполнить задания, связанные с разработкой приказа о назначении ответственного за обработку персональных данных и приказа о создании комиссии по организации и проведению работ по защите персональных данных.

Основные теоретические сведения.

Статьи 18.1 и 22.1 ФЗ №152 «О персональных данных» (Приложении №1)

Методические пояснения и рекомендации по выполнению первого вопроса

В ходе отработки первого вопроса обучаемые должны, для заданных исходных данных (Приложение 2) разработать приказ о об организации работ по обеспечению безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных.

Методические пояснения и рекомендации по выполнению второго вопроса

В ходе отработки второго вопроса обучаемые должны, для заданных исходных данных (Приложение 2) разработать приказ о назначении ответственного за обработку персональных данных.

Методические пояснения и рекомендации по выполнению второго вопроса

В ходе отработки третьего вопроса, обучаемые должны для заданных исходных данных (Приложение 2) разработать приказ о создании комиссии по организации и проведению работ по защите персональных данных.

Отчетность за занятие

Отчет по лабораторной работе должен содержать разработанные для заданных исходных данных (Приложение 2):

1. Приказ об организации работ по обеспечению безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных.
2. Приказ о назначении ответственного за обработку персональных данных.
3. Приказ о создании комиссии по организации и проведению работ по защите персональных данных.

Методическая литература:

1. Защита персональных данных в информационных системах: электронный учебно-методический комплекс. Свидетельство о государственной регистрации базы данных №2012620964. Зарегистрировано 19.09.2012. Заявка №2012620799 от 26.07.2012.

Интернет-ресурсы:

2. <http://fstec.ru/> - официальный сайт ФСТЭК РФ;
3. <http://www.fsb.ru/> - официальный сайт ФСБ РФ;
4. <http://rkn.gov.ru/> - официальный сайт Роскомнадзора;

5. <http://is.ncfu.ru/> - официальный сайт кафедры организации и технологии защиты информации СКФУ.

Программное обеспечение:

1. Защита персональных данных в информационных системах: электронный учебно-методический комплекс. Свидетельство о государственной регистрации базы данных №2012620964. Зарегистрировано 19.09.2012. Заявка №2012620799 от 26.07.2012.5
2. Информационно-справочная система «Защита персональных данных в информационных системах». Свидетельство о государственной регистрации базы данных №2012620913. Зарегистрировано 11.09.2012. Заявка №2012620729 от 16.07.2012.

БИЛЕТЫ К 1-ОЙ АТТЕСТАЦИИ 5-ГО СЕМЕСТРА.

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства

Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»

Билет № 1

1. Структура рынка электронной коммерции
2. MRP II (планирование производственных ресурсов)

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства

Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»

Билет № 2

1. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции
2. ERP (планирование ресурсов предприятия)

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства

Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»

Билет № 3

1. Факторы развития систем электронной коммерции
2. CSRP (планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем)

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства

Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»

Билет № 4

1. Преимущества использования электронной коммерции
2. Правовое обеспечение электронной коммерции

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 5

1. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции
2. Ведение переписки по электронной почте

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 6

1. Базовые технологии электронной коммерции (технико-экономические и правовые основы)
2. Форумы

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 7

1. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи
2. Чаты

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 8

1. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия
2. Использование рекламных технологий в Интернете

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 9

1. Факторы развития 1. Структура рынка электронной коммерции
2. MRP (планирование материальных ресурсов)

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

БИЛЕТЫ КО 2-ОЙ АТТЕСТАЦИИ 5-ГО СЕМЕСТРА.

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 1**

1. Торгово-закупочные B2B системы
2. Услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 2**

1. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B.
2. Структура отраслевой торговой площадки

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 3**

1. Система управления закупками (e-procurement)
2. Преимущества использования вертикальной торговой площадки

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 4**

1. Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система)
2. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market)

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 5

1. Система управления продажами (e-distribution)
2. Корпоративные представительства в Интернет

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 6

1. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система)
2. Виртуальные предприятия

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 7

1. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи
2. Интернет-инкубаторы

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «5»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 8

1. Понятие отраслевой электронной торговой площадки
2. Мобильная коммерция

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

БИЛЕТЫ К 1-ОЙ АТТЕСТАЦИИ 6-ГО СЕМЕСТРА.

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 1**

1. Торговые ряды
2. Услуги в Интернете

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 2**

1. Интернет-витрины (веб-витрины)
2. Туристические компании в Интернете

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 3**

1. Интернет-магазины
2. Интернет-страхование

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 4**

1. Понятие и функции интернет-магазина
2. Интернет-трейдинг

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 5

1. Технология приобретения товаров в интернет-магазине
2. Основные понятия и история возникновения

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 6

1. Виды доставки товаров интернет-магазинами
2. Мировой рынок FOREX

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 7

1. Построение системы интернет-торговли
2. Телеработа

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 8

1. Управление интернет-магазином
2. Интернет-аукционы

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 9

1. Качество обслуживания в интернет-магазине
2. Использование систем класса peer-to-peer

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

БИЛЕТЫ КО 2-ОЙ АТТЕСТАЦИИ 6-ГО СЕМЕСТРА.

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 1**

19. Понятие электронного правительства (E-Government)
20. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 2**

1. Задачи построения электронного правительства
2. Интернет-банкинг

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 3**

1. Структура электронного правительства
2. Электронные деньги

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 4**

1. Предоставление налоговой отчетности через Интернет
2. Понятие и структура сайтпромоутинга

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 5

1. Государственные электронные торгово-закупочные площадки
2. Интернет-реклама

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 6

1. Концепция географической информационной системы
2. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 7

1. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства
2. Баннерная реклама

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт прикладных информационных технологий
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 8

1. Виды электронных систем взаиморасчетов
2. Партнерские программы

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа «БИН-21» Семестр «б»
Дисциплина «Электронный бизнес»
Билет № 9

1. Пластиковые карты
2. Веб-кольцо

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

БИЛЕТЫ К ЗАЧЕТУ 5-ГО СЕМЕСТРА

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

БИЛЕТ № 1

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Структура рынка электронной коммерции
2. Торгово-закупочные B2B системы

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

БИЛЕТ № 2

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции
2. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B.

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 3

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Факторы развития систем электронной коммерции
2. Система управления закупками (e-procurement)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 4

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Преимущества использования электронной коммерции
2. Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 5

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции
2. Система управления продажами (e-distribution)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 6

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Базовые технологии электронной коммерции (технико-экономические и правовые основы)
2. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 7

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи
2. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 8

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия
2. Понятие отраслевой электронной торговой площадки

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 9

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. MRP (планирование материальных ресурсов)
2. Услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 10

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. MRPИ (планирование производственных ресурсов)
2. Структура отраслевой торговой площадки

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 11

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. ERP (планирование ресурсов предприятия)
2. Преимущества использования вертикальной торговой площадки

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 12

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. CSRP (планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем)
2. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market)

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 13

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Правовое обеспечение электронной коммерции
2. Понятие отраслевой электронной торговой площадки

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 14

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Ведение переписки по электронной почте
2. Виртуальные предприятия

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 15

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Форумы
2. Интернет-инкубаторы

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 16

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Чаты
2. Мобильная коммерция

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

БИЛЕТ № 17

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП __специальность БИН -21 5 семестр

1. Использование рекламных технологий в Интернете
2. Понятие отраслевой электронной торговой площадки

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

БИЛЕТЫ К ЭКЗАМЕНУ 6-ГО СЕМЕСТРА.

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 1

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Торговые ряды
2. Понятие электронного правительства (E-Government)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № _____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 2

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Интернет-витрины (веб-витрины)
2. Задачи построения электронного правительства

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № _____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 3

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Интернет-магазины
2. Структура электронного правительства

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 4

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Понятие и функции интернет-магазина
2. Предоставление налоговой отчетности через Интернет

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 5

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Технология приобретения товаров в интернет-магазине
2. Государственные электронные торгово-закупочные площадки

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 6

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Виды доставки товаров интернет-магазинами
2. Концепция географической информационной системы

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 7

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Построение системы интернет-торговли
2. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 8

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Управление интернет-магазином
2. Виды электронных систем взаиморасчетов

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 9

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Качество обслуживания в интернет-магазине
2. Пластиковые карты

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 10

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Услуги в Интернете
2. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 11

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Туристические компании в Интернете
2. Интернет-банкинг

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 12

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Интернет-страхование
2. Электронные деньги

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 13

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Интернет-трейдинг
2. Понятие и структура сайтпромоутинга

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 14

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Основные понятия и история возникновения
2. Интернет-реклама

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 15

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП ____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Мировой рынок FOREX
2. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № ____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 16

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Телеработа
2. Баннерная реклама

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № _____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 17

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Интернет-аукционы
2. Партнерские программы

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № _____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**

БИЛЕТ № 18

Дисциплина «Электронный бизнес»

Институт ИЦЭиТП _____ специальность БИН - 21 6 семестр

1. Использование систем класса peer-to-peer
2. Веб-кольцо

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры

протокол № _____ от _____

зав. кафедрой

Л.Р. Магомаева