

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:06:35

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452b1db605794588008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»  
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

**Факультет экономики и управления  
Кафедра «Бизнес-информатика»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2020 г.



Рабочая программа дисциплины  
**Электронный бизнес**

Направление подготовки  
**38.03.05 Бизнес-информатика**

Квалификация выпускника  
*Бакалавр*

Для всех форм  
обучения

Симферополь 2020

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	7
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	17
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины *	18
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	18
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	19
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	19

### **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,**

**соотнесенных с планируемыми результатами освоения  
образовательной программы**

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенции	Наименование компетенции	Перечень планируемых результатов
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p><b><u>Знать:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</li> <li>• Основные принципы самоорганизации и самообразования</li> <li>• методы работы с компьютером как средством управления информацией;</li> <li>• подходы к выбору рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом</li> <li>• лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг.</li> </ul> <p><b><u>Уметь:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</li> <li>• Организовать свое время, самостоятельно критически мыслить, формулировать свою точку зрения</li> <li>• работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях;</li> <li>• выбирать рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом</li> <li>• позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.</li> </ul> <p><b><u>Владеть:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</li> <li>• Методами повышения квалификации, навыками накопления, обработки и использования информации</li> <li>• способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных</li> </ul>
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	
ОПК-3	способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях	
ПК-3	выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом	
ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	

		компьютерных сетях; • способность выбирать рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом • умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.
--	--	--

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавра

Дисциплина Б1.Б.22 «Электронный бизнес» является базовой дисциплиной учебного плана ОПОП направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, квалификация – бакалавр.

Дисциплина «Электронный бизнес» базируется на изученных студентами дисциплинах следующих разделов учебного плана: «Информатика и компьютерная техника», «Экономическая информатика», «Информационные системы и технологии в экономике», «Базы данных», «Компьютерные сети», «Управление проектами информатизации», «Экономико-математическое моделирование», «Экономика предприятия», «Программирование процедур обработки экономической информации», «Алгоритмизация и программирование», «Компьютерные сети», «Проектирования баз и хранилищ данных», «Экономика труда и социально трудовые отношения», «Бухгалтерский учет», «Финансы предприятий»

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

### 3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

#### Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	60
Аудиторная работа (всего):	54
Лекции	18
Семинары, практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	48
Экзамен	6

### Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	14
Аудиторная работа (всего):	8
Лекции	4
Семинары, практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	94
Экзамен	6

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Разделы дисциплины и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа (аудиторная работа)			Внеаудит. работа		
				Лекции		Практические		Самст. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Основные понятия электронного бизнеса.	10	11	2	0,5	4	0,5	4	10
2	Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.	10	11	2	0,5	4	0,5	4	10
3	Основные формы присутствия компаний в Интернете.	10	10	2	0	4	0	4	10
4	Электронный брендинг и маркетинг.	12	11	2	0,5	4	0,5	6	10
5	Электронные торги, государственные закупки.	12	11	2	0,5	4	0,5	6	10
6	Государственные услуги для электронного бизнеса.	12	11	2	0,5	4	0,5	6	10
7	Мобильный электронный бизнес.	12	11	2	0,5	4	0,5	6	10
8	Электронный бизнес в социальных сетях.	12	13	2	0,5	4	0,5	6	12
9	Информационная	12	13	2	0,5	4	0,5	6	12

	безопасность электронного бизнеса								
	Экзамен	6	6						
	<b>Всего по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>48</b>	<b>94</b>

## 4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

### 4.2.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

#### **Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса.**

Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции, история их возникновения. Физические и цифровые товары и услуги в интернете. Бизнес-сайт и его продвижение. Основные виды деятельности компаний электронного бизнеса. Электронные деньги, платежные интернет-системы, интернет-банкинг.

#### **Тема 2. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.**

Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи.

Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.

#### **Тема 3. Основные формы присутствия компаний в Интернете.**

Основные особенности коммерческой деятельности в среде Интернет. Электронная визитная карточка. Электронный каталог. Электронный магазин и электронный киоск. Торговые Интернет-системы. Управление контентом и документами в компаниях электронного бизнеса.

#### **Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг.**

Имидж продукта и его инновационное развитие. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Понятие бренда. Трейд-маркинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Основные особенности маркетинга в электронной среде.

#### **Тема 5. Электронные торги, государственные закупки.**

Понятие электронной торговой площадки, ее регламент, основные функции и услуги. Электронные биржи. Механизм электронных аукционов. Процедуры участия в электронных торгах. Размещение госзаказа и проведение госзакупок.

#### **Тема 6. Государственные услуги для электронного бизнеса.**

Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса. Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде. Особенности

взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.

### **Тема 7. Мобильный электронный бизнес.**

Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения. Основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг.

### **Тема 8. Электронный бизнес в социальных сетях.**

Основные понятия и виды социальных сетей. Социальное программное обеспечение. Бизнес - коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

### **Тема 9. Информационная безопасность электронного бизнеса.**

Защита информации и информационная безопасность в сфере электронного бизнеса. ГОСТ Р ИСО/МЭК «Критерии оценки безопасности информационных технологий - 15408». Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000.

## **4.3. Планы практических работ**

Практическое занятие 1-2. Электронные деньги, платежные интернет-системы, интернет-банкинг.

Практическое занятие 3-4. Заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.

Практическое занятие 5-6. Торговые Интернет-системы.

Практическое занятие 7-8. Трейд- маркетинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг.

Практическое занятие 9-10. Электронные биржи.

Практическое занятие 11-12. Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса.

Практическое занятие 13-14. Мобильные сервисы и приложения.

Практическое занятие 15-16. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

Практическое занят 17-18. Защита информации и информационная безопасность в сфере электронного бизнеса.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Содержание	ОФО	ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса.	4	10	Учебно- методическое пособие
Тема 2. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.	4	10	Учебно- методическое пособие

Тема 3. Основные формы присутствия компаний в Интернете.	4	10	Учебно- методическое пособие
Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг.	6	10	Учебно- методическое пособие
Тема 5. Электронные торги, государственные закупки.	6	10	Учебно- методическое пособие
Тема 6. Государственные услуги для электронного бизнеса.	6	10	Учебно- методическое пособие
Тема 7. Мобильный электронный бизнес.	6	10	Учебно- методическое пособие
Тема 8. Электронный бизнес в социальных сетях.	6	12	Учебно- методическое пособие
Тема 9. Информационная безопасность электронного бизнеса	6	12	Учебно- методическое пособие

## **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

### **6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине**

#### **Компетенция ОК-3**

Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
<b>Знает</b>	<b>Умеет</b>	<b>Владеет</b>
основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.1 (1-7)	использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.2 (1-4)	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.2 (5-20)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил 6.2.1 (1-7) Умеет, если выполнил 6.2.2 (1-4) Владеет, если выполнил 6.2.2 (5-20)		

#### **Компетенция ОК-7**

способностью к самоорганизации и самообразованию		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
<b>Знает</b>	<b>Умеет</b>	<b>Владеет</b>
Основные принципы самоорганизации и самообразовани; Знает, если выполнил 6.2.1 (1-9, 14-22, 23-25, 39-43), 6.2.2(1-15, 17-26), 6.2.3(1-13,35-39, 22-32)	Организовать свое время, самостоятельно критически мыслить, формулировать свою точку зрения; Умеет, если выполнил 6.2.1 (10-13, 32-38, 26-31,), 6.2.2(14-20), 6.2.3(14-21)	Методами повышения квалификации, навыками накопления, обработки и использования информации; Владеет, если выполнил 6.2.1 (44-48), 6.2.3(33,34)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил 6.2.1 (1-9, 14-22, 23-25, 39-43), 6.2.2(1-15, 17-26), 6.2.3(1-13,35-39, 22-32) Умеет, если выполнил 6.2.1 (10-13, 32-38, 26-31,), 6.2.2(14-20), 6.2.3(14-21)		

Владеет, если выполнил 6.2.1 (44-48), 6.2.3(33,34)

### Компетенция ОПК-3

способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях

#### Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
методы работы с компьютером как средством управления информацией 6.2.1 (8-15)	работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях 6.2.2 (1-14)	способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях 6.2.2 (5-12)

#### Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания

Знает, если выполнил 6.2.1 (8-15)  
Умеет, если выполнил 6.2.2 (1-14)  
Владеет, если выполнил 6.2.2 (5-12)

### Компетенция ПК-3

выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом

#### Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
методы выбора рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом 6.2.1 (8-15)	выбирать рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом 6.2.2 (1-14)	способностью выбирать рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом 6.2.2 (5-12)

#### Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания

Знает, если выполнил 6.2.1 (8-15)  
Умеет, если выполнил 6.2.2 (1-14)  
Владеет, если выполнил 6.2.2 (5-12)

### Компетенция ПК-10

умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет

#### Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
электронное предприятие на глобальном рынке;	позиционировать электронное предприятие на	умением позиционировать электронное предприятие на

6.2.1 (16-60)	глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет 6.2.2 (30-40)	глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет 6.2.3 (1-19)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил 6.2.1 (16-60) Умеет, если выполнил 6.2.2 (30-40) Владеет, если выполнил 6.2.3 (1-19)		

В список вопросов для подготовки к экзамену включены вопросы в соответствии с образовательным стандартом по дисциплине, ориентированные на проверку знаний, умений и навыков по рабочей программе. В ходе экзамена проверяются базовые знания по основам управления персоналом и направления их эффективного применения на практике.

## **6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы**

### **6.2.1. Вопросы к Экзамену:**

1. Сущность, объективные предпосылки и тенденции развития электронного бизнеса.
2. Особенности создания и принципы работы Интернет и Экстранет сетей.
3. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.
4. Классификация объектов электронной коммерции. Особенности оборота на электронном рынке материальных и нематериальных товаров.
5. Виды и характеристики систем электронной коммерции в корпоративном секторе.
6. Механизм функционирования электронной биржи в сети Интернет.
7. Организация электронных выставок в сети Интернет.
8. Особенности и перспективы развития IP-телефонии.
9. Особенности торговли информационным продуктом и оказания информационных услуг в сети Интернет.
10. Организация электронной торговли туристическим продуктом.
11. Организация финансовых расчетов в процессах электронной коммерции.
12. Сущность и перспективы развития мобильной коммерции.
13. Информационная безопасность процессов электронной коммерции.
14. Информационный сектор экономики, две формы существования информационного бизнеса
15. Инфраструктура информационного рынка, пять макросекторов информационного рынка
16. Особенности информации как товара, особенности потребительской стоимости информационных продуктов.

17. Информационные ресурсы, творческие ресурсы, информационные продукты и информационные услуги.
18. Участники рынка информационных услуг
19. Образовательный бизнес, образовательные ресурсы, продукты и услуги
20. Характерные черты информационного общества
21. Противоречие между информационным потенциалом и возможностью им воспользоваться
22. Изменение системы образования в информационном обществе
23. Участие государства в информатизации общества и в чем оно (участие) выражается
24. Категории информационных фирм, классификация по уровню решаемых проблем
25. Изменение структуры производства в сторону информатизации
26. Производители информационных продуктов и услуг
27. Основные особенности потребительской стоимости информационных продуктов.
28. Основные секторы рынка электронной информации, сектор деловой информации
29. Основные секторы рынка электронной информации, сектор юридической информации, информации для специалистов
30. Основные секторы рынка электронной информации, сектор потребительской информации, электронных сделок, программного обеспечения, сетевых коммуникаций
31. Механизм функционирования информационного рынка, типы каналов распределения
32. Информационные дистрибьюторы, дилеры
33. Субъекты информационного рынка по их функциональным ролям
34. Индикативная регуляция экономики информационного производства посредством экономических рычагов.
35. Создание информационной фирмы на основе АСУ. Общие функции основателя
36. Основные признаки франчайзинга в информационном бизнесе
37. Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзера
38. Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзи
39. Франчайзинг в информационном бизнесе на примере Фирмы «1С». Условия организации бизнеса «1С:Франчайзи»
40. Франчайзинг, как способ организации частного предприятия в информационном бизнесе
41. Организационная структура информационно вычислительной фирмы, элементы организационной структуры
42. Факторы формирования организационной структуры фирмы ИБ
43. Этапы построения организационной структуры фирмы ИБ, причины изменения структуры
44. Принципы создания эффективной организации фирмы ИБ
45. Организационная структура фирмы разработки программных продуктов, UML моделирование систем ИБ

46. Стадия проектирования «Начало» в UML модели, содержание документа «Видение системы»
47. Организация и охрана труда в информационном производстве
48. Особенности нормирования труда программистов Модель СОСОМО
49. Метод функциональных баллов, три класса нормирования труда программистов по В. В. Липаеву.
50. Цены на информационном рынке в зависимости от вида продукции (услуги)
51. Правовое обеспечение мероприятий по охране труда в информационном бизнесе
52. Маркетинг информационных продуктов и услуг
53. Процесс маркетингового исследования в информационной сфере
54. Содержание и структура бизнес-плана информационной фирмы
55. Организация презентации фирмы информационного бизнеса
56. Трудности вхождения провайдерской фирмы в информационный, рынок
57. Понятие провайдерской фирмы, классификация провайдерских фирм
58. Доступ в Интернет - uplink-провайдеры, подключении местного провайдера к региональному
59. Характеристика продукции провайдерской фирмы
60. Оценка рисков провайдерской фирмы, мероприятия по предотвращению рисков

### **6.2.2. ТЕСТЫ**

#### **1. Авторизация это:**

- а) Подтверждение владельца пластиковой карточки либо другого платежного средства
- б) Подтверждение наличия средств на счете пластиковой карточки либо другого платежного средства

#### **2. Аутентификация это:**

- а) Подтверждение владельца пластиковой карточки либо другого платежного средства
- б) Подтверждение наличия средств на счете пластиковой карточки либо другого платежного средства

#### **3. Ввод PIN-кода при работе с пластиковой картой относится к операции**

- а) авторизации
- б) аутентификации

#### **4. Программа, предназначенная для соединения двух сетей, использующих различные протоколы, называется**

- а) шлюз
- б) агент
- в) узел

#### **5. Банк-эквайер является банком**

- а) продавца
- б) владельца пластиковой карты

- 6. Банк-эмитент является банком**
- а) продавца
  - б) владельца пластиковой карты
- 7. Магнитные карты обслуживаются в режиме**
- а) off-line
  - б) On-line
- 8. Голограмма на пластиковой карточке является**
- а) защитой от подделки
  - б) логотипом банка
- 9. Электронный кассир - это устройство для:**
- а) обслуживания клиента в отсутствие банковского персонала
  - б) приема и выдачи наличных денег по команде операциониста
  - в) выдачи наличных денег по команде операциониста
  - г) выдачи наличных денег по команде клиента
- 10. Если сравнить магнитные и смарт-карты, то окажется, что:**
- а) магнитные карты менее подвержены воздействию неблагоприятных погодных условий
  - б) стоимость смарт-карт выше, но они дешевле в эксплуатации
  - в) магнитные карты являются «электронным кошельком»
  - г) смарт-карты лучше защищены от подделки
- 11. Для проверки наличия средств на счете магнитной карты программа банкомата обращается**
- а) на сервер банка эмитента
  - б) к информации записанной на магнитной карте
- 12. Для проверки наличия средств на счете смарт - карты программа банкомата обращается**
- а) на сервер банка эмитента
  - б) к информации записанной на чипе карты
- 13. Электронная коммерция это:**
- а) любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным цифровым способом
  - б) деловая активность, которая использует возможности информационных сетей для реализации внутренних и внешних связей компании с целью получения прибыли
- 14. Электронный бизнес это:**
- а) любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным цифровым способом
  - б) деловая активность, которая использует возможности информационных сетей для реализации внутренних и внешних связей компании с целью получения прибыли
- 15. Каких категорий взаимодействия не существует в электронной коммерции**
- а) B2B
  - б) B2C
  - в) B2E
  - г) B2G
  - д) C2A

**16. Что не является принципом "Маркетинга взаимодействия"**

- а) производить то, что можно продать, вместо попыток продать то, что можно произвести
- б) не продавать товары, а удовлетворять потребности
- в) планировать производство товара опираясь на ретроспективную статистику
- г) увязывать цели, требования потребителей и ресурсные возможности фирмы

**17. Возможности использования Интернет в маркетинге**

- а) маркетинговые исследования
- б) товарная политика
- в) ценообразование
- г) распределительная политика
- д) коммуникативная политика
- е) все вместе взятое

**18. Что НЕ является принципом Маркетинга «Один к одному»**

- а) отдельный покупатель
- б) массовое распределение
- в) индивидуальное обращение
- г) индивидуальные стимулы
- д) потенциально прибыльные покупатели
- е) удержание покупателей

**19. Снижение трансформационных издержек Интернет - коммерции НЕ может достигаться за счет**

- а) сокращение каналов распространения товаров
- б) оптимального выбора структуры
- в) сокращение сотрудников электронного магазина
- г) товарного ассортимента,
- д) обоснованной политики ценообразования,
- е) снижения числа посредников

**20. Что наименее существенно для эффективного функционирования электронного магазина**

- а) информационная база электронного магазина
- б) правильно выбрать бизнес-схему Интернет-торговли
- в) техническое и программное обеспечение для анализа, учета, ведения и принятия решений по всему комплексу торгово-учетных операций.
- г) создание сайта электронного магазина

**21. Что является Функцией "front-office" - электронного магазина**

- а) менеджеру каталога создавать и редактировать каталог товаров
- б) менеджеру продукта вводить и модифицировать информацию о товарах
- в) покупателю осуществлять выбор товара, оплата и получение товара
- г) руководителям запасами контролировать состояние состава электронного магазину и задать границы минимальных запасов для каждого товара;
- д) менеджерам по закупке обеспечивать пополнение запаса товаров в электронном магазине
- е) менеджерам контакта обрабатывать и анализировать информацию о

покупателях и обеспечивать настройку индивидуальных профилей покупателей.

**22. Что не является Функцией "back-office" - электронного магазина**

а) менеджеру каталога создавать и редактировать каталог товаров  
 б) менеджеру продукта вводить и модифицировать информацию о товарах  
 в) покупателю осуществлять выбор товара, оплата и получение товара  
 г) руководителям запасами контролировать состояние состава электронного магазину и задать границы минимальных запасов для каждого товара;

д) менеджерам по закупке обеспечивать пополнение запаса товаров в электронном магазине

е) менеджерам контакта обрабатывать и анализировать информацию о покупателях и обеспечивать настройку индивидуальных профилей покупателей

**23. Технология WAP позволяет владельцу сотового телефона**

а) подключиться к сети Интернет  
 б) и то и другое  
 в) оказать услуги групповым пользователям

**24. Что такое процедура биллинга?**

а) взимание штрафов за просрочку платежа  
 б) снятие наличных  
 в) получение наличных денег через банкомат  
 г) составление выписки по счету с указанием сумм и сроков погашения долга

**25. Система B2B обслуживает расчеты между**

а) государством и фирмами  
 б) двумя или более фирмами  
 в) государством и населением  
 г) электронными магазинами и покупателями  
 д) населением и администрацией

**26. Система B2C обслуживает расчеты между**

а) государством и фирмами  
 б) двумя или более фирмами  
 в) государством и населением  
 г) электронными магазинами и покупателями  
 д) населением и администрацией

**27. Система G2B обслуживает расчеты между**

а) государством и фирмами  
 б) двумя или более фирмами  
 в) государством и населением  
 г) электронными магазинами и покупателями  
 д) населением и администрацией

**28. Система G2C обслуживает расчеты между**

а) государством и фирмами  
 б) двумя или более фирмами  
 в) государством и населением  
 г) электронными магазинами и покупателями  
 д) населением и администрацией

**29. Система С2А обслуживает расчеты между**

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

**30. Всегда ли при использовании кредитной карты будет действовать льготный период ?**

- а) только при безналичных оплатах
- б) да, всегда
- в) только в течение первых двух недель календарного месяца
- г) только при получении наличных денег через банкомат

**31. Банковские карточки могут доставляться клиентам по почте**

- а) нет
- б) да

**32. Может ли договор, который должен составляться в электронной форме считаться правильно заключенным, если стороны лишь обменялись телеграммами, где отобразили все существенные условия договора**

- а) нет
- б) да
- в) да, кроме договора купли-продажи
- г) да, только если это договор на снабжение энергоресурсов

**33. Платежная система – это:**

а) система, в которой платежная организация может быть как резидентом, так и нерезидентом и которая осуществляет свою деятельность на территории двух и больше стран и обеспечивает проведение перевода денег из одной страны в другую

б) организации - члены платежной системы и совокупность отношений, которые возникают между ними при проведении перевода денег

в) система, в которой платежная организация является резидентом и которая осуществляет свою деятельность и обеспечивает проведение перевода денег исключительно в границах одной страны

**34. Инфраструктура электронной торговли включает в себя**

- а) инфраструктуру обслуживания
- б) производственную инфраструктуру
- в) все вместе взятое
- г) инфраструктуру сбыта

**35. PIN-код надежно защищает держателя карты от ложной идентификации**

- а) нет
- б) да

**36. На голограмме, нанесенной на карточку, записан секретный шифр, который проверяется при получении наличных денег в банкомате**

- а) нет
- б) да

**37. Не является участником платежной системы**

- а) государство,
- б) поставщики,
- в) продавцы, покупатели,
- г) производители
- д) изготовитель пластиковой карточки

**38. При заполнении заявки на получение кредитной карточки необходимо указать максимальную сумму пополнения**

- а) нет
- б) да

**39. Электронная цифровая подпись (ЭЦП) представляет собой**

а) шифрование графического изображения подписи отправителя документа  
 б) совокупность данных, полученных с помощью шифрования документа секретным ключом, которая дает возможность подтвердить подлинность документа у получателя

**40. Минимальное количество электронных подписей денежного документа при пересылке**

- а) одна
- б) две
- в) три

Ключ к тесту

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.
б	г	а	б	г	а	в	б	г	г	а	в	б	а	а	в	г	б	а	б
21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	39.	40.
г	г	а	в	б	а	а	в	г	б	а	б	б	г	а	б	г	а	в	б

### 6.2.3 Темы рефератов

1. Основные факторы формирования экономики информационного общества.
2. Основные экономические условия формирования информационной экономики и процессы ее становления.
3. Роль информационного фактора производственной деятельности в новых экономических условиях и его влияние на конечные результаты производства.
4. Роль и место человека в информационной экономике, трансформации системы управления и человеческой мотивации.
5. Удельный вес информационных издержек при производстве товаров и услуг.
6. Роль информационного капитала в общей структуре общественного капитала.
7. Глобальные тенденции изменения мировой экономики на информационной базе.
8. Отечественные и зарубежные исследователи, заложившие основу представлений информационного общества и информационной экономики
9. Информация как предмет труда и, как средство труда
10. Две формы существования информационного бизнеса, пять макросекторов информационного рынка

11. Особенности информации как товара, особенности потребительской стоимости информационных продуктов.
12. Информационные ресурсы, творческие ресурсы, информационные продукты и информационные услуги.
13. Образовательный бизнес, образовательные ресурсы, продукты и услуги. Дистанционное обучение
14. Особенности и показатели информатизации России, сравнительная оценка с промышленно развитыми странами
15. Инновационная - инвестиционная деятельность на информационном рынке,
16. Франчайзинг в информационном бизнесе на примере Фирмы «1С». Условия организации бизнеса «1С:Франчайзи»
17. Цены на информационном рынке в зависимости от вида продукции (услуги)
18. Особенности ценообразования программных продуктов
19. Маркетинг информационных продуктов и услуг

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **а) основная литература:**

1. Смирнов С.Н. Электронный бизнес [Электронный ресурс]/ Смирнов С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ДМК Пресс, 2018.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/89627.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горбунов В.Л.— Электрон. текстовые данные.— Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020.— 422 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/89423.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### **б) дополнительная литература:**

1. Курчеева Г.И. Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Курчеева Г.И., Бакаев М.А., Хворостов В.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018.— 107 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/91210.html>.— ЭБС «IPRbooks»

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Министерство финансов РФ. - <http://www.minfin.ru/ru/>
2. Национальное содружество бизнес-ангелов. - <http://www.russba.ru/>
3. Новостной портал «Медиа-центр инноваций Юнова». - <http://www.unova.ru/>
4. Профессиональное сообщество StartupPoint. - <http://startuppointr.ru/>
5. Российская ассоциация инновационного развития. - <http://www.rair-info.ru/>

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»)
- Eng\_Spider\_Lite\_Demo
- HKSetup WEB редактор
- StarUML-v2.0.0
- 1C:8.2

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.