

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:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bc0f5

**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

Электронные деньги

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	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины *	19
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	19
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	20
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

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 обучения по дисциплине
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • основы экономических знаний в различных сферах деятельности; • Основные принципы самоорганизации и самообразования • Методы проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий методику позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; • Организовать свое время, самостоятельно критически мыслить, формулировать свою точку зрения • Проводить исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; • Методами повышения квалификации, навыками накопления, обработки и использования информации • Методами проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий	

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 «Электронные деньги» относится к вариативной части профессионального цикла.

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зачетных единиц (ЗЕ), 180 академических часов.

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

Для очной формы обучения

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зачетных единиц (ЗЕ), 180 академических часов.

Объем дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа	96
Аудиторная работа (всего):	90
Лекции	36
Семинары, практические занятия	54
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	84
Экзамен	6

Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зачетных единиц (ЗЕ), 180 академических часов.

Объем дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа	20
Аудиторная работа (всего):	14
Лекции	8
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	160
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 трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Контактная работа (аудиторная работа)		Внеаудит. работа
		ОФО	ЗФО	Лекции	Практические	
						Самост. раб-та

				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Сущность, функции, формы и виды современных денег	20	22	4	1	6	1	10	20
2	Цифровое развитие финансовой отрасли	20	22	4	1	6	1	10	20
3	Электронные деньги и платежи	20	21	4	1	6		10	20
4	Платежные технологии	20	22	4	1	6	1	10	20
5	Государственное регулирование электронных денег и платежей	20	21	4	1	6		10	20
6	Функционирование электронных денег в России	20	18	4	1	6	1	10	16
7	Денежные расчеты в сети. Платежные системы	18	18	4	1	6	1	8	16
8	Основные подходы к созданию интернет - компаний, цели и концепции бизнеса.	18	18	4	1	6	1	8	16
9	Интернет маркетинг.	18	12	4		6		8	12
	Экзамен	6	6						
	Итого	180	180	36	8	54	6	84	160

4.2. Содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам)

1. Сущность, функции, формы и виды современных денег

Эволюция природы денег. Сущность и функции денег. Покупательная способность денег. Ликвидность денег, инфляция и выполнение деньгами функции средства сохранения стоимости и накопления. Современные функции денег и их роль в экономике и обществе.

Кредитные деньги. Депозитные деньги как основной вид современных денег, достоинства и недостатки. Депозитные деньги и электронные деньги: общее и особенное. Дискуссионные вопросы функционирования электронных денег, криптовалют. Экономические и правовые концепции в сфере определения юридического статуса использования цифровых денег в современной экономике. Анализ преимуществ и рисков распространения цифровых валют, в том числе, криптовалют.

2. Цифровое развитие финансовой отрасли

Основные тренды в финансовой отрасли: общедоступность ресурсов; рост «новой экономики»; распространение информационных технологий; социализация и развитие социальных сетей; развитие мобильных технологий и интернета вещей; революция поколений; накопление цифровых данных.

Место банков в новой финансовой отрасли. Наиболее динамичные области финтеха: Payments / Bill Pay/ Money Transfer; Lending / Financing; Per-

sonal Financial Management (PFM); Advising; Investments Management / Trading / Brokerage; Online /

Mobile banking; Banking / Accounting; Cryptocurrency / Blockchain; Data Research / Analytics; Insurance; Crowdfunding; Marketplace. Примеры успешных цифровых проектов: международный и российский опыт.

Финтех в России и в мире: основные отличия. Роль банка в финтехе: банк как провайдер; банк как агрегатор; банк как маркетплейс.

3. Электронные деньги и платежи

Предпосылки и история появления цифровых денег. Требования к электронным деньгам как новому средству платежа. Электронные деньги, криптовалюты и платежные сервисы. Альтернативные криптовалюты и сервисы.

Формальное определение цифровых и электронных денег. Отличия электронных денег от оптовых и розничных электронных платежных систем. Роль электронных денег в современной системе текущих платежей. Свойства электронных денег. Эмиссия электронных денег и роль денежных посредников. Схема платежа электронными деньгами. Электронные деньги в моделях выбора розничного средства платежа. Сравнение издержек использования платежных систем. Электронные деньги и мобильные платежи. Классификация электронных денег. Электронные деньги (electronic money, e-money), цифровые деньги (digital money, d-money), цифровая наличность (digital cash), цифровая валюта (digital currency) или электронная наличность (electronic cash).

Платежи с использованием электронных денег в Интернет. Факторы, сдерживающие внедрение электронных денег. Зарубежный опыт функционирования и регулирования систем электронных денег. Подходы к регулированию электронных денег в России. Развитие нормативной базы по электронным деньгам. Будущее электронных денег: тарифы, технологии, инфраструктура, статус денежных посредников. Практические примеры применения электронных денег.

4. Платежные технологии

Национальная платежная система. Эволюция платёжных систем. Современные платежные системы. Уровни и значимость платёжных систем. Внедрение систем валовых расчётов в режиме реального времени. Оптовые платежные системы.

Клиринговые системы и системы валовых платежей в режиме реального времени. Розничные платежные системы. Традиционные и электронные платежные системы.

Интернет-платежные системы. Реальные и виртуальные платёжные карты.

Электронные кошельки. Персональный идентификатор. Субъекты рынка обращения банковских карт и организация расчетов. Процессинг транзакций. Информационные и финансовые потоки в системах расчетов. Платежные карты в системах электронной коммерции. Организация бесконтактных платежей. Понятие, классификация и специфика технологий электронного банкинга. Интернет-банк. Мобильный банк. Виртуальные банки. Мобильная коммерция. Методы платежа в Интернете. Развитие эквайринга. Мобильный

и он-лайн-эквайринг. Платёжные компании и платёжные сервисы производителей мобильных устройств, разработчиков мобильных операционных систем. Практические примеры применения современных платежных технологий. Опыт развития платежей в Европейском союзе

5. Государственное регулирование электронных денег и платежей

Регламентация деятельности эмитентов. Проблема определения банковской деятельности. Зарубежный опыт функционирования систем электронных денег. Опыт регулирования деятельности в сфере электронных денег в России и Европейском союзе. Особенности регулирования электронных денег в США.

Регулирование в сфере электронных денег в Японии. Социальные последствия финтех: повышение уровня финансовой грамотности населения, получение доступа к современным финансовым инструментам и др.

6. Функционирование электронных денег в России

Российский рынок электронных денег: международные платежные системы; национальные системы; локальные системы. Развитие расчетов с использованием микропроцессорных карт в России. Системы на базе предоплаченных многофункциональных карт. Системы электронных наличных.

Платежи с использованием электронных денег в Интернет. Построение системы мобильной коммерции в России. Факторы, сдерживающие внедрение электронных денег. Подходы к регулированию электронных денег в России.

Развитие нормативной базы по электронным деньгам. Будущее электронных денег: тарифы, технологии, инфраструктура, статус денежных посредников.

7. Денежные расчеты в сети. Платежные системы

Классификация платежей и платежных систем. Расчеты с помощью собственных предоплаченных платежных инструментов. Вопросы безопасности платежей в Интернете. Пересылка коммерческой информации в Интернет. Требования к платежным системам та их классификация. Платежные системы на основе кредитных карточек. Варианты передачи информации о кредитной карточке. Участники платежной системы. Международные и украинские платежные системы, что используют кредитные карточки. Типы платежных систем на основе кредитных карточек: „платежные шлюзы” „замкнутые системы” „посредники”. Платежи посредством Интернет-карточки „Приватбанка”. Платежные системы на основе электронных денег. Системы, в которых электронные деньги сохраняются на компьютере владельца. Понятие электронных денег, микро деньги, мікротансакції. Схема расчетов в платежных системах, что используют Smart-card.

Платежные системы на основе электронных чеков. Системы Интернет-банкингу и управления банковскими счетами через Интернет. Приложи реализации услуг Интернет-банкингу Security First Network Bank (www.sfnb.com). Тенденции развития Интернет-банкингу в мире. Системы управления инвестициями через Интернет. Интернет-трейдинг, его типы (работа с ценными бумагами, торговля валютой на рынке FOREX) та основные функциональные возможности систем. Организация электронного способа страхования в системах Интернет-страхования. Платежные системы: CyberPlat, ASSIST, "Рапида",

Instant, ЭлИТ, PayCash, WebMoney Transfer, eport, КредитПилот, ЕACCESS. Обзор зарубежных платежных систем

8. Основные подходы к созданию интернет - компаний, цели и концепции бизнеса.

Бизнес - модели: Модель В2С — бизнес, ориентированный на конечных потребителей — физических лиц, Модель В2В — бизнес для бизнеса.

Смешанные и производные бизнес - модели. Интернет – магазины, корпоративные сайты, каталоги, рейтинги, поисковые системы, контент - проекты, информационный бизнес в сети, финансовые услуги.

9. Интернет маркетинг.

Структура аудитории Интернета, виды и методы маркетинговых исследований, определение товарной структуры и емкости рынка, сегментация рынка. Изучение фирменной структуры рынка, изучение поведения потребителей

Влияние Интернет на маркетинговую систему предприятия. Маркетинговые исследования в Интернет - рынке – первичные и вторичные маркетинговые исследования. Объекты исследования на Интернет - рынке, бенч - маркинг. Принципы маркетинга в Интернет. Индивидуальный и массовый маркетинг. Интернет и эволюция методов маркетинга. Особенности маркетинга в Интернет. Интерактивный маркетинг. Этапы интерактивного маркетинга. Pull- и Push-маркетинги. Концепция вирусного маркетинга.

4.3. Темы практических занятий

Тема1. Разработка бизнес-плана интернет – компании. Общее описание компании. Описание товаров и услуг. Краткая характеристика (резюме) проекта, предпосылки и основная идея проекта.

Тема 2-3. Разработка бизнес-плана интернет – компании. Восприятие бизнес-плана внутренними пользователями. Восприятие бизнес-плана инвесторами и заимодавцами. Анализ рынка и концепция маркетинга. Производство, торговля, поставки.

Тема 4-5. Организация. Управление. Персонал. Капитал и организационно-правовая форма компании. Финансовый план. Риски.

Тема 6-7. Разработка проекта плана Интернет – бизнеса. Основные термины и понятия. Создание проекта информатизации научной конференции. Задачи проекта.

Тема 8-9. Приобретение практических навыков по созданию и анализу проектов Интернет бизнеса в Microsoft Office Project 2003. Создание зависимостей. Ввод ресурсов проекта.

Тема 10-11. Приобретение практических навыков по созданию и анализу проектов Интернет бизнеса в Microsoft Office Project 2003. Редактирование сведений о ресурсе. Назначение ресурсов задачам.

Тема 12-13. Создание сайта бизнес информации. Приобрести практические навыки по созданию бизнес-сайта. Стадии создания сайта. Задания для самостоятельной работы.

Тема 14-15. Закрепление практических навыков по созданию бизнес-сайта. Концепция сайта, виды сайтов. Размещение сайта в Интернет. Основные операции при создании сайта, компоненты сайта. Стандартные виды сайтов. Корпоративный сайт.

Тема 16-17. Презентация Интернет Бизнеса. Что такое «презентация»? Классификация презентации. Основные этапы подготовки презентации. Разработка структуры выступления. Наглядные материалы в проведении презентации.

Тема 18. Платежная система WEB MONEU. Способы оплаты .Способы оплаты без регистрации в системе. Через платежные терминалы в России и в Украине с использованием сервиса WebMoney Check. С помощью WM-карт или чеков Paymer. С помощью WMU-карт или WMU-чеков Paymer .С помощью ВМ-нот [выпускаются и продаются в странах Европы]. Через системы интернет-банкинга. Оплата бонусными баллами "Спасибо" от Сбербанка.

10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ДФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Сущность, функции, формы и виды современных денег	20	22	Учебно-методическое пособие
2	Цифровое развитие финансовой отрасли	20	22	Учебно-методическое пособие
3	Электронные деньги и платежи	20	21	Учебно-методическое пособие
4	Платежные технологии	20	22	Учебно-методическое пособие
5	Государственное регулирование электронных денег и платежей	20	21	Учебно-методическое пособие
6	Функционирование электронных денег в России	20	18	Учебно-методическое пособие
7	Денежные расчеты в сети. Платежные системы	18	18	Учебно-методическое пособие
8	Основные подходы к созданию интернет - компаний, цели и концепции бизнеса.	18	18	Учебно-методическое пособие
9	Интернет маркетинг.	18	12	Учебно-методическое пособие

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ОК-3

Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.1. (1-8)	использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.2. (2-13)	способностью использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.3. (4-8)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования		

ния, шкала оценивания
Знает, если выполнил 6.2.1. (1-8)
Умеет, если выполнил 6.2.2. (2-13)
Владеет, если выполнил 6.2.3. (4-8)

Компетенция ОК-7

способностью к самоорганизации и самообразованию		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
Основные принципы самоорганизации и самообразования; 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)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
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 ПК-2

проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
Методы проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий; 6.2.1. (19-28)	Проводить исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий; 6.2.2 (7,13,17,21)	Методикой проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий 6.2.3. (12-20)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1. (19-28)		
Умеет, если выполнил 6.2.2. (7,13,17,21)		
Владеет, если выполнил 6.2.3. (12-20)		

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы

6.2.1. Вопросы к экзамену:

1. Основные отличия при создании интернет – компаний от традиционного бизнеса.
2. Структура бизнес-плана Интернет - компании: краткая характеристика (резюме) проекта, Общее описание компании.

3. Структура бизнес-плана Интернет - компании. Продукция, товары, услуги, производство, торговля, поставки.
4. Структура бизнес-плана Интернет –компании. Рассмотрение бизнес-плана потенциальными инвесторами, цели инвестиций.
5. Структура бизнес-плана Интернет –компании. Процесс рассмотрения бизнес-плана внутренними пользователями.
6. Структура бизнес-плана Интернет –компании. Особенности рассмотрения бизнес-плана при получении кредита (займа).
7. Структура бизнес-плана Интернет –компании. Краткая характеристика (резюме) проекта, предпосылки и основная идея проекта.
8. Структура бизнес-плана Интернет –компании. Финансовое планирование. Бюджет Интернет - компании.
9. Структура бизнес-плана Интернет –компании. Раздел «Маркетинг и потенциал рынка».
10. Структура бизнес-плана Интернет - компании. Управление, персонал, капитал и организационно-правовая форма компании.
11. Структура бизнес-плана Интернет - компании. Финансовый план, риски
12. Основные подходы к оценке стоимости Интернет - компаний.
13. Бизнес - модели B2B. Примеры моделей.
14. Бизнес - модели B2A. Примеры моделей.
15. Бизнес - модели B2G. Примеры моделей.
16. Основные виды сетевого бизнеса.
17. Назначение и характеристика сайтов: услуги связи, торговые площадки, дистанционное обучение и online-консультации, игровой бизнес.
18. Платежные системы: CyberPlat, PayCash, WebMoney.
19. Основные стадии подключения к платежной системе продавца и покупателя.
20. Инвестиционный анализ интернет проекта. Денежные потоки проекта, дисконтирование.
21. Электронные деньги и мобильные платежи. Мобильная коммерция. Модели мобильной коммерции.
22. Эмиссия электронных денег и проведение платежей. Роль денежных
23. посредников.
24. Методы государственного регулирования обращения электронных денег: нормативное регулирование, денежно-кредитная политика.
25. Понятие системы электронных денег и ее элементы. Классификация систем электронных денег.
26. Риски эмитентов в системах электронных денег.
27. Роль электронных денег в современной системе текущих платежей.
28. Отличия электронных денег от оптовых и розничных электронных платежных систем.
29. Интерпретация электронных денег в современной денежной теории. Требования к электронным деньгам как новому средству платежа.
30. Оптовые и розничные платежные системы.
31. Клиринговые системы и системы валовых платежей в режиме реального времени.
32. Традиционные и электронные платежные системы.

33. Депозитные деньги и электронные деньги: общее и особенное.
34. Дискуссионные вопросы функционирования электронных денег, криптовалют.
35. Формальное определение цифровых и электронных денег. Отличия электронных денег от оптовых и розничных электронных платежных систем.
36. Предпосылки и история появления цифровых денег. Требования к электронным деньгам как новому средству платежа.
37. Электронные деньги, криптовалюты и платежные сервисы. Альтернативные криптовалюты и сервисы.
38. Особенности нормативно-правового регулирования электронных денег в России. Развитие нормативной базы по электронным деньгам.
39. Депозитные и электронные деньги: общее и различия. Преимущества и недостатки электронных денег.
40. Новые явления в функциях денег на современном этапе.
41. Финансовая глобализация и технологические новации в области платежных инструментов.
42. Развитие электронных платежных технологий: зарубежный опыт и текущее состояние в России.
43. Оборот электронных денег и его особенности.
44. Основные направления и проблемы развития традиционных и инновационных расчетных платежных инструментов в России.
45. Отличительные свойства электронных денежных средств, возможности и препятствия для развития.
46. Возможности использования электронных средств платежа при переводе денежных средств. Вопросы безопасности и ПОД/ФТ.
47. Подходы к регулированию криптовалют: мировой опыт и российская практика.
48. Электронные деньги в моделях выбора розничного средства платежа.
49. Экономические особенности методов платежа в Интернете.
50. Сущностная интерпретация электронных денег.
51. Регламентация деятельности эмитентов. Риски эмитентов в системах электронных денег.
52. Проблемы обеспечения безопасности денежно-кредитного регулирования оборота электронных денег.
53. Покупательная способность, ликвидность денег, инфляция. Электронные и цифровые деньги и инфляция.
54. Преимущества и риски распространения цифровых валют, в том числе, криптовалют.
55. Основные направления развития финансовой отрасли. Финтех. Место банков в новой финансовой отрасли.
56. Эволюция платёжных систем. Современные платежные системы.
57. Реальные и виртуальные платёжные карты. Электронные кошельки.
58. Развитие эквайринга. Мобильный и он-лайн-эквайринг.
59. Отличительные особенности регулирования электронных денег в различных странах.

60. Построение системы мобильной коммерции в России. Факторы, сдерживающие внедрение электронных денег.

6.2.2. Вопросы к тесту

1. Авторизация в электронной коммерции это:

- a) Подтверждение владельца пластиковой карточки либо другого платежного средства
- b) Подтверждение наличия средств на счете пластиковой карточки либо другого платежного средства

2. Аутентификация в электронной коммерции это:

- a) подтверждение владельца пластиковой карточки либо другого платежного средства
- b) подтверждение наличия средств на счете пластиковой карточки либо другого платежного средства

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

- a) авторизации
- b) аутентификации

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

- a) шлюз
- b) агент
- c) узел

5. Банк-эквайер является банком:

- a) продавца
- b) владельца пластиковой карты

6. Банк-эмитент является банком:

- a) продавца
- b) владельца пластиковой карты

7. Магнитные (пассивные) пластиковые карты обслуживаются в режиме :

- a) off-line
- b) On-line

8. Голограмма на пластиковой карточке является:

- a) защитой от подделки
- b) логотипом банка

9. Электронный кассир - это устройство для:

- a) обслуживания клиента в отсутствие банковского персонала
- b) приема и выдачи наличных денег по команде операциониста
- c) выдачи наличных денег по команде операциониста
- d) выдачи наличных денег по команде клиента

10. Если сравнить магнитные и смарт-карты, то окажется, что:

- a) магнитные карты менее подвержены воздействию неблагоприятных погодных условий
- b) стоимость смарт-карт выше, но они дешевле в эксплуатации
- c) магнитные карты являются «электронным кошельком»
- d) смарт-карты лучше защищены от подделки

11. Для проверки наличия средств на счете магнитной карты программа банкомата обращается:

- a) на сервер банка эмитента
- b) к информации записанной на магнитной карте

12. Для проверки наличия средств на счете смарт - карты программа банкомата обращается:

- a) на сервер банка эмитента
- b) к информации записанной на чипе карты

13. Электронная коммерция это:

- a) Любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным цифровым способом
- b) Деловая активность, которая использует возможности информационных сетей для реализации внутренних и внешних связей компании с целью получения прибыли

14. Электронный бизнес это:

- a) Любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным цифровым способом
- b) 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:

- a) B2B
- b) B2C
- c) B2E
- d) B2G
- e) C2A

16. Что не является принципом "Маркетинга взаимодействия":

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

17. Возможности использования Интернет в маркетинге:

- a) Маркетинговые исследования
- b) Товарная политика
- c) Ценообразование
- d) Распределительная политика

18. НЕ является принципом Маркетинга «Один к одному»:

- a) Отдельный покупатель
- b) Специальное маркетинговое предложение
- c) Массовое распределение
- d) Индивидуальное обращение

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

- a) сокращение каналов распространения товаров

- b) оптимального выбора структуры
- c) сокращение сотрудников электронного магазина
- d) товарного ассортимента,

20. Что наименее существенно для эффективного функционирования электронного магазина:

- a) правильно выбрать бизнес-схему Интернет-торговли
- b) техническое и программное обеспечение для анализа, учета, ведения и принятия решений по всему комплексу торгово-учетных операций.
- c) создание сайта электронного магазина

21. К Функциям Бэк - офиса электронного магазина не относится:

- a) создавать и редактировать каталог товаров
- b) вводить и модифицировать информацию о товарах
- c) покупателю осуществлять выбор товара, оплата и получение товара
- d) контролировать состояние запасов электронного магазина и задавать границы минимальных запасов для каждого товара

22. Платежная система «PayCash» — это система:

- a) закрытая
- b) и та и другая
- c) открытая

23. Технология WAP позволяет владельцу сотового телефона

- a) подключиться к сети Интернет
- b) и то и другое
- c) оказать услуги групповым пользователям

24. Что такое процедура биллинга?

- a) взимание штрафов за просрочку платежа
- b) снятие наличных
- c) получение наличных денег через банкомат
- d) составление выписки по счету с указанием сумм и сроков погашения долга

25 Система B2B обслуживает расчеты между

- a) государством и фирмами
- b) двумя или более фирмами
- c) государством и населением
- d) электронными магазинами и покупателями
- e) населением и администрацией

26. Система B2C обслуживает расчеты между

- a) государством и фирмами
- b) двумя или более фирмами
- c) государством и населением
- d) электронными магазинами и покупателями
- e) населением и администрацией

27. Система G2B обслуживает расчеты между

- a) государством и фирмами
- b) двумя или более фирмами
- c) государством и населением
- d) электронными магазинами и покупателями
- e) населением и администрацией

28. Система G2C обслуживает расчеты между

- a) государством и фирмами
- b) двумя или более фирмами
- c) государством и населением
- d) электронными магазинами и покупателями
- e) населением и администрацией

29. Система C2A обслуживает расчеты между

- a) государством и фирмами
- b) двумя или более фирмами
- c) государством и населением
- d) электронными магазинами и покупателями
- e) населением и администрацией

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

- a) только при безналичных оплатах
- b) да, всегда
- c) только в течение первых двух недель календарного месяца
- d) только при получении наличных денег через банкомат

КЛЮЧ К ТЕСТУ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
а	б	а	а	в	а	б	а	в	с	а	в	а	в	е	а	в	с	а	в
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30										
с	с	а	с	б	а	а	с	д	б										

6.2.3. Темы рефератов

1. PR - Public Relations - (общественные отношения) предложенные в 1807 году Томасом Джефферсоном
2. Мониторинг СМИ
3. Средства массовой информации в Интернете
4. Организация личных продаж в Интернете
5. MLM — многоуровневый маркетинг
6. Методы стимулирования сбыта. Внутрифирменное стимулирование, Стимулирование дилерской сети, Стимулирование потребителей.
7. Особенности архитектуры распределенной WEB ИС
8. Понятие и классификация виртуальных предприятий (ВП)
9. Технологии Data Mining (Discovery-driven Data Mining)
10. Основные подходы к оценке стоимости Интернет - компаний. Бизнес - модели: B2C, B2B, B2A, B2G, смешанные и производные бизнес – модели. Примеры моделей
11. Назначение и характеристика сайтов: услуги связи, торговые площадки, дистанционное обучение и online-консультации, игровой бизнес
12. Инвестиционный анализ интернет проекта. Денежные потоки проекта, дисконтирование.
13. Сервисы по управлению рекламой, Системы "активной" рекламы, Размещение рекламы через рекламные агентства. Маркетинг взаимодействия

14. Имиджевая реклама в Интернете, Медиа - планирование. Оптимизация рекламных расходов и анализ эффективности рекламной кампании. Маркетинг взаимодействия

15. Концепция электронного правительства.
16. Направления использования Интернет бизнеса.
17. Эволюция бизнеса в Интернет.
18. Примеры платежных систем в Интернет.
19. Тенденции развития Интернет-банкинга в мире.
20. Системы управления инвестициями через Интернет.
21. Факторы завоевания доверия потребителей к электронному бизнесу.
22. Интернет-реклама - форма Интернет-бизнеса.
23. Интерактивный маркетинг, его этапы. Концепция вирусного маркетинга.
24. Концепция Web Response.
25. Классы виртуальных предприятий. Технологические средства для построения виртуальных предприятий.
26. Web-порталы как средство организации бизнеса.
27. Стимулирование отношений с клиентами, идеология CRM
28. Электронные Торговые Площадки РФ, Ассоциация электронных торговых площадок

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

а) основная литература:

1. Быстренина И.Е. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Быстренина И.Е.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 90 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85492.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Кобелев О.А. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кобелев О.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 684 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85646.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная литература:

1. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса [Электронный ресурс]/ Гаврилов Л.П.— Электрон. текстовые данные.— Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2017.— 592 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/90290.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Кочергин Д.А. Электронные деньги [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кочергин Д.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва, Саратов: ЦИП-СиР, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 424 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86157.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. 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://startuppoint.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 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.