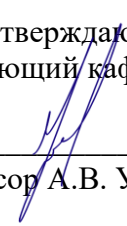


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I»

Утверждаю:
Заведующий кафедрой



профессор А.В. Улезько

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине Б1.В.ДВ.05.01 Основы электронной коммерции
для направления 38.03.01 Экономика академический бакалавриата
профиль: «Экономика предприятий и организаций АПК»

квалификация выпускника _____ бакалавр _____

Факультет _____ Экономический _____

Кафедра _____ Информационного обеспечения и моделирования агроэкономических систем _____

Содержание

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	3
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
2.1. Шкала академических оценок освоения дисциплины.....	3
2.2. Текущий контроль	4
2.3. Промежуточная аттестация.....	6
2.4. Критерии оценки на зачете	8
2.5. Критерии оценки устного опроса	8
2.6. Критерии оценки тестов	8
2.7. Критерии допуска к зачету.....	8
3. Материалы для оценки знаний, умений и навыков	8
3.1. Вопросы к экзамену	8
3.2. Вопросы к зачету.....	8
3.3. Вопросы к дифференцированному зачету (защита курсового проекта)	9
3.4. Задания для контрольной работы	9
3.5. Вопросы к устному опросу	9
3.6. Вопросы к коллоквиуму	9
3.7. Тестовые задания	9
3.8. Контроль умений и навыков	24
4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	24
4.1. Внутренние нормативные акты	24
4.2. Рекомендации по проведению текущего контроля	24

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код	Содержание	Разделы дисциплины			
		1	2	3	4
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	+	+	+	+
ПК-8	способностью использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии	+	+	+	+
ПК-10	способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	+	+	+	+

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1. Шкала академических оценок освоения дисциплины

Вид оценки	Оценки	
Академическая оценка по 2-х бальной системе (зачет)	не зачтено	зачтено

2.2. Текущий контроль

Код	Планируемые результаты	Разделы дисциплины	Содержание требований в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	Уровни		
						пороговый (удовл.)	повышенный (хорошо)	высокий (отлично)
ОПК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы информационных технологий, используемых в сфере электронной коммерции <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать информационные технологии в сфере организации продаж в сети Интернет <p>Иметь навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работы с современными интернет-технологиями в сфере электронной коммерции 	1, 2, 3, 4	Сформированные знания, умения и навыки	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, тестирование	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.
ПК-8	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и информационные технологии, используемые при решении исследовательских и аналитических задач в электронной коммерции <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться современными техническими и программными средствами при решении задач электронной коммерции <p>Иметь навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работы с современными техническими средствами для самостоятельного, методически правильного решения аналитических и исследовательских задач в электронной коммерции 	1, 2, 3, 4	Сформированные знания, умения и навыки	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, тестирование	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.

ПК-10	<p>Знать: - основные аппаратные и программные средства обработки информации, которые могут быть использованы в электронной коммерции</p> <p>Уметь: - работать с современными техническими и программными средствами при решении задач электронной коммерции</p> <p>Иметь навыки: - работы с современными техническими и программными средствами в электронной коммерции</p>	1, 2, 3, 4	Сформированные знания, умения и навыки	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, тестирование	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.	Вопросы из раздела 3.5 Тесты из раздела 3.7.
-------	---	------------	--	--	----------------------------	---	---	---

2.3. Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	Уровни		
				пороговый (зачтено)		
ОПК-1	Знать: - основы информационных технологий, используемых в сфере электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, тестирование	Вопросы из раздела 3.2 Тесты из раздела 3.7.		
	Уметь: - использовать информационные технологии в сфере организации продаж в сети Интернет	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, тестирование, практические задания.	Вопросы из раздела 3.2 Тесты из раздела 3.7.		
	Иметь навыки: - работы с современными интернет-технологиями в сфере электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, устный опрос, практические задания.	Вопросы из раздела 3.2, 3.5. Тесты из раздела 3.7.		
ПК-8	Знать: - современные технические средства и информационные технологии, используемые при решении исследовательских и аналитических задач в электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, тестирование	Вопросы из раздела 3.2 Тесты из раздела 3.7.		
	Уметь: - пользоваться современными техническими и программными средствами при решении задач электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, тестирование, практические задания.	Вопросы из раздела 3.2 Тесты из раздела 3.7.		
	Иметь навыки: - работы с современными техническими средствами для самостоятельного, методически правильного решения аналитических и исследовательских задач в электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, устный опрос, практические задания.	Вопросы из раздела 3.2, 3.5. Тесты из раздела 3.7.		

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	Уровни		
				пороговый (зачтено)		
ПК-10	Знать: - основные аппаратные и программные средства обработки информации, которые могут быть использованы в электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, тестирование	Вопросы из раздела 3.2 Тесты из раздела 3.7.		
	Уметь: - работать с современными техническими и программными средствами при решении задач электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, тестирование, практические задания.	Вопросы из раздела 3.2 Тесты из раздела 3.7.		
	Иметь навыки: - работы с современными техническими и программными средствами в электронной коммерции	Аудиторные занятия, самостоятельная работа	Зачет, устный опрос, практические задания.	Вопросы из раздела 3.2, 3.5. Тесты из раздела 3.7.		

2.4. Критерии оценки на зачете

Оценка экзаменатора, уровень	Критерии
Зачтено	Выполнил предусмотренные рабочей программой лабораторные задания и отчитался об их выполнении
Не зачтено	Не выполнил предусмотренные рабочей программой лабораторные задания или не отчитался об их выполнении

2.5. Критерии оценки устного опроса

Оценка	Критерии
Отлично	Обучающийся четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
Хорошо	Обучающийся хорошо владеет материалом, но допускает отдельные погрешности в ответе
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует существенные пробелы в знаниях основного учебного материала
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует неумение даже с помощью преподавателя получить правильное решение задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

2.6. Критерии оценки тестов

Уровни освоения компетенций	Оценка	Критерии
Высокий	отлично	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Продвинутый	хорошо	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%
Пороговый	удовлетворительно	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Не сформированы	неудовлетворительно	Содержание правильных ответов в тесте менее 50%

2.7. Критерии допуска к зачету

Выполнение плана лабораторных занятий.

3. Материалы для оценки знаний, умений и навыков

3.1. Вопросы к экзамену

Не предусмотрен.

3.2 Вопросы к зачету

1. Сущность, формы и перспективы развития электронной коммерции
2. Модели электронной коммерции
3. Интернет-маркетинг и Интернет-реклама
4. Интернет-представительство предприятий и организаций
5. Универсальные системы поиска и подбора товара
6. Электронные доски объявлений
7. Сайты по трудоустройству
8. Интернет-справочники предприятий и организаций, товаров и услуг
9. Информационно-аналитические агентства бизнес-информации
10. Системы электронных торгов
11. Интернет-магазины
12. Электронные аукционы

13. Электронные торговые площадки
14. Системы электронного обслуживания
15. Интернет-банкинг
16. Сущность и принципы электронных платежей
17. Формы электронных платежей
18. Сущность электронного правительства
19. Электронные государственные услуги
20. Информационная безопасность в системе электронной коммерции

3.3. Вопросы к дифференцированному зачету (защита курсового проекта)

Не предусмотрен.

3.4. Задания для контрольной работы

Не предусмотрена

3.5. Вопросы к устному опросу

1. Понятие и предметная область электронной коммерции
2. Основные модели отношений между участниками процесса электронной коммерции
3. Отличия организационных форм, инструментов и методов ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности
4. Мошенничество в сети Интернет: основные определения и отличительные черты
5. Виды компьютерных преступлений и способы защиты от них
6. Особенности осуществления электронной коммерции в секторе B2B
7. Основные различия систем электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) от систем электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)
8. Формы взаимодействия бизнеса и граждан с государством с точки зрения электронной коммерции (сегменты B2A, B2G, C2A, C2G)
9. Сущность Интернет-маркетинга и его основные инструменты
10. Бизнес-модели использования сайта, как инструмента интернет-маркетинга
11. Реклама в среде Интернет и ее особенности
12. Форматы представления рекламной информации и типы рекламных площадок в Интернете
13. Методы ценообразования рекламы в Интернете
14. Системы электронных торгов
15. Системы электронного обслуживания
16. Сущность и содержание электронных платежей
17. Формы электронных платежей
18. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства
19. Задачи и структура электронного правительства
20. Принципы построения и порядок функционирования электронной системы государственных закупок

3.6. Вопросы к коллоквиуму

Не предусмотрен

3.7 Тестовые задания

3.7.1 Количество тестовых вопросов:

всего	80
по разделу 1	8

по разделу 2	36
по разделу 3	23
по разделу 4	13

3.7.2 Структура тестов и время на выполнение:

Тесты по отдельным разделам должны включать следующее количество вопросов:

Номер раздела	Количество вопросов	Время на выполнение теста, мин
Раздел №1	8	8
Раздел №2	20	20
Раздел №3	15	15
Раздел №4	10	10

Итоговый тест должен содержать 25 вопросов:

Вид теста	Количество вопросов					Время на выполнение теста
	из раздела №1	из раздела №2	из раздела №3	из раздела №4	Всего	
Итоговый	5	9	6	5	25	25

3.7.3 Содержание тестовых заданий

Раздел 1. Введение в электронный бизнес

1. Форма организации продаж товаров и услуг, в которой основное взаимодействие между покупателем и продавцом в процессе сделки осуществляется с использованием Интернет-технологий

- Электронный бизнес
- e-Business
- e-commerce
- электронная коммерция
- корпоративная информационная система

2. Формы электронной коммерции:

- Сайты-визитные карточки компаний
- Интернет-платежные системы
- Интернет-магазины
- Электронная почта
- Видеохостинг
- Социальные сети

3. Основные преимущества сетевых форм ведения бизнеса:

- относительно невысокие затраты
- нет налогов
- круглосуточность
- не используются деньги
- возможность представить детальную информацию о товарах
- возможность моментального заказа и оплаты товара

4. Перспективные возможности развития электронного бизнеса:

- усиление конкуренции

- (?) освобождение от налогов
- (!) низкие входные барьеры
- (?) информационный хаос и перенасыщенность
- (!) ускорение распространения новых технологий
- (!) выбор поставщиков в любом регионе мира

5. Интернет-магазины в первую очередь ориентированы на сегмент

- (?) G2C
- (?) B2B
- (!) B2C
- (?) C2C

6. Сектор рынка, ориентированный на организацию взаимодействия между компаниями в процессе производства и продажи товаров (услуг)

- (?) G2C
- (!) B2B
- (?) B2C
- (?) C2C

7. Сектор рынка, ориентированный на работу с конечными физическими потребителями товаров или услуг

- (?) G2C
- (?) B2B
- (!) B2C
- (?) C2C

8. Модель полной автоматизации, сочетающая в себе систему электронного заказа, автоматизацию процесса закупок и продвижение товара к конечному потребителю через собственные электронные магазины

- (?) G2C
- (?) B2B
- (?) B2C
- (?) C2C
- (!) B2B2C

Раздел 2. Электронная коммерция

9. Посредством систем интернет-банкинга клиент банка можно осуществлять следующие действия:

- (!) переводить денежные средства с одного счета на другой;
- (?) снимать со счета наличные деньги
- (!) покупать и продавать безналичную валюту;
- (!) открывать и закрывать депозитные счета;
- (!) определять график расчетов;
- (!) оплачивать различные товары и услуги (коммунальные платежи, доступ в Интернет, пользование сотовой связью и т.д.);
- (!) контролировать банковские операции по счетам за любой промежуток времени;

10. Основными инструментами рекламы в интернет являются:

- (!) баннерная реклама на сайтах;
- (!) регистрация сайта в каталогах, индексация сайта поисковыми системами;
- (?) СМС-реклама
- (!) контекстная реклама в поисковых системах;

- (!) рекламная рассылка по электронной почте;
- (!) реклама с использованием служб телеконференций и досок объявлений;

11. Система интернет-банкинга состоит из следующих модулей:

- (!) клиентская часть системы;
- (!) интернет-сервер;
- (?) поисковая система
- (!) сервер баз данных;
- (!) шлюз к автоматизированной банковской системе;
- (!) модули обеспечения безопасности.

12. Среди преимуществ, которые получает клиент банка при использовании систем интернет-банкинга, можно отметить:

- (!) экономию времени, так как у клиента нет необходимости посещать банк лично;
- (?) защиту от компьютерного мошенничества;
- (!) возможность круглосуточно управлять своими финансовыми средствами и отслеживать операции;
- (!) оперативное подтверждение и выполнение транзакций.

13. Удаленное обслуживание клиентов через Интернет выгодно также банкам тем, что:

- (!) снижаются издержки банка, связанные с совершением операций;
- (?) повышается надежность банка и защищенность от компьютерного мошенничества;
- (!) есть возможность привлечь клиентов, не привязанных к географическому положению банка.

14. Электронная витрина выполняет следующие функции:

- (!) предоставление интерфейса для доступа к базе данных продаваемых товаров в виде каталога;
- (!) работа с электронной «корзиной» покупателя;
- (?) оплату товара;
- (!) регистрация покупателей;
- (!) оформление заказов с выбором метода оплаты и доставки;
- (!) предоставление on-line помощи покупателю;
- (!) сбор маркетинговой информации;
- (!) обеспечение безопасности личной информации покупателей;
- (!) автоматическая передача информации в торговую систему.

15. Системы информационного обеспечения потребителей

- (!) Интернет-маркетинг
- (!) Интернет-представительство
- (?) Интернет-магазины
- (!) Универсальные системы поиска и подбора товара
- (!) Электронные доски объявлений
- (!) Сайты по трудоустройству
- (!) Интернет-справочники предприятий и организаций, товаров и услуг

16. Специализированные сайты, созданные для быстрого поиска информации о свободных вакансиях и кандидатах на работу

- (?) корпоративные сайты
- (!) рекрутинговые сайты
- (?) сайт-визитка
- (?) сайт-витрина

17. Интернет-маркетинг

- (!) предоставление потребителю информации о товарах на сайте
- (!) совокупность мероприятий, направленных на повышение рейтинга Интернет-ресурса в сети, увеличение посещаемости и, как следствие, привлечение новых клиентов и рост компании
- (?) форма организации продаж товаров и услуг, в которой основное взаимодействие между покупателем и продавцом в процессе сделки осуществляется с использованием Интернет-технологий
- (!) профессиональный анализ и исследование ситуации на электронном рынке, оценка возможности использования среды интернет для продвижения конкретных товаров или услуг, определение текущего положения Интернет-проекта и его перспектив
- (!) всевозможная интернет реклама
- (!) разработка дизайна и наполнения сайта, с учетом потребностей клиентов и структуры спроса

18. Основными инструментами рекламы в интернет являются:

- (!) баннерная реклама на сайтах;
- (!) регистрация сайта в каталогах, индексация сайта поисковыми системами;
- (?) СМС-реклама
- (!) контекстная реклама в поисковых системах;
- (!) рекламная рассылка по электронной почте;
- (!) реклама с использованием служб телеконференций и досок объявлений;

19. Модели расчёта стоимости рекламы

- (!) Оплата по количеству показов
- (!) Фиксированная оплата
- (!) Оплата по количеству кликов (щелчков мышью)
- (!) Оплата по количеству посетителей
- (?) Оплата по количеству дней работы сайта
- (!) Оплата в зависимости от конечного результата

20. Сайты предприятий являются эффективным инструментом:

- (!) продвижения компании на рынке;
- (!) общения с партнерами и потребителями;
- (!) формирования имиджа компании;
- (?) защиты информации от несанкционированного доступа;
- (!) дистанционного доступа к информации (базам данных);
- (!) интеграции всех информационных систем компании;
- (!) взаимодействия сотрудников и поддержки корпоративной культуры.

21. Небольшой сайт (10—15 страниц), содержащих общие сведения о компании и ее услугах, а также контактную информацию и прайс-листы, которые можно скачать или посмотреть в режиме онлайн

- (!) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (?) Сайт-магазин
- (?) Сайты—системы электронного обслуживания
- (?) Сайт-бизнес
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (?) Корпоративный информационный сайт

22. Сайт для демонстрации определенного вида товара или услуги (чаще всего нового товара)

- (?) Сайт-визитка
- (!) Сайт-презентация**
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (?) Сайт-магазин
- (?) Сайты–системы электронного обслуживания
- (?) Сайт-бизнес
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (?) Корпоративный информационный сайт

23. Сайт для ознакомления покупателей с подробными характеристиками товаров и услуг. На сайте выкладываются текстовые описания продукции и услуг, обзоры экспертов, фото и видео материалы, инструкции, ресурсы технической поддержки.

- (?) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (!) Сайт-витрина (сайт-каталог)**
- (?) Сайт-магазин
- (?) Сайты–системы электронного обслуживания
- (?) Сайт-бизнес
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (?) Корпоративный информационный сайт

24. Сайт позволяет познакомиться с товаром в электронном каталоге и оформить заказ на его поставку

- (?) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (!) Сайт-магазин**
- (?) Сайты–системы электронного обслуживания
- (?) Сайт-бизнес
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (?) Корпоративный информационный сайт

25. Сайты, принимающие запросы авторизованных клиентов на услуги через личный интернет-кабинет

- (?) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (?) Сайт-магазин
- (!) Сайты–системы электронного обслуживания**
- (?) Сайт-бизнес
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (?) Корпоративный информационный сайт

26. Интернет-магазины, онлайн-справочные и консалтинговые системы, службы знакомств, а также различные социальные сети, информационные сайты и поисковики, зарабатывающие на рекламе

- (?) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (?) Сайт-магазин

- (?) Сайты–системы электронного обслуживания
- (!) [Сайт-бизнес](#)
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (?) Корпоративный информационный сайт

27. Сайт, созданный для поддержки имеющихся и привлечения новых клиентов, сочетающий в себе сайт-визитку с подробной информацией о, электронный каталог или интернет-магазин, рекламную информацию, средства технической поддержки и обратной связи с клиентами

- (?) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (?) Сайт-магазин
- (?) Сайты–системы электронного обслуживания
- (?) Сайт-бизнес
- (!) [Корпоративный имиджевый сайт](#)
- (?) Корпоративный информационный сайт

28. Сайт, созданный для организации эффективного обмена информацией между подразделениями и сотрудниками компании, авторизованного доступа к корпоративным информационным системам по сети Интернет

- (?) Сайт-визитка
- (?) Сайт-презентация
- (?) Витрина (сайт-каталог)
- (?) Сайт-магазин
- (?) Сайты–системы электронного обслуживания
- (?) Сайт-бизнес
- (?) Корпоративный имиджевый сайт
- (!) [Корпоративный информационный сайт](#)

29. К универсальным системам поиска и подбора товара относятся

- (!) [Яндекс.Маркет](#)
- (?) [play.google.com](#)
- (!) [Товары@Mail.ru](#)
- (!) [Price.ru](#)

30. Электронные доски объявлений

- (!) [avito.ru](#)
- (!) [slando.ru](#)
- (?) [ozon.ru](#)
- (!) [cmlt.ru](#)

31. К сайтам по трудоустройству относятся

- (!) [job.ru](#)
- (!) [superjob.ru](#)
- (?) [ozon.ru](#)
- (!) [hh.ru](#)

32. Интернет-справочники предприятий и организаций, товаров и услуг

- (!) [http://ypag.ru](#)
- (!) [http://www.rosfirm.ru](#)
- (?) [cmlt.ru](#)
- (?) [avito.ru](#)

- (!) <http://www.foliant.info>
- (!) <http://077.ru>
- (!) <http://www.spravkavrn.ru>

33. Информационно-аналитические агентства бизнес-информации

- (!) <http://www.spark-interfax.ru>
- (!) <http://www.rbc.ru>
- (!) <http://www.zol.ru>
- (?) cmlt.ru
- (?) avito.ru

34. Состав информации в СПАРКе

- (!) реквизиты компании, сведения о регистрации
- (!) структура компании, совладельцы, дочерние компании, филиальная сеть, руководство
- (!) финансовая отчетность компаний
- (!) описание деятельности компании
- (?) список сотрудников
- (?) размер заработной платы сотрудников
- (!) аналитические обзоры и комментарии
- (!) данные о численности персонала
- (!) база данных по банкротствам и решениям арбитражных судов;
- (!) информация об участии в гостендерах

35. Преимущества Интернет-магазина

- (!) Интернет-магазин работает 24 часа в сутки, 365 дней в году, без перерыва на обед, без выходных и праздничных дней.
- (!) Доступ к виртуальным витринам магазина может получить любой покупатель, находящийся в любой точке планеты на любом континенте.
- (!) Интернет-магазин не имеет ограничений на виртуальную площадь. Можно разместить сколь угодно товаров и услуг.
- (!) Стоимость создания и содержания Интернет-магазина ниже, чем обычного магазина (отсутствуют затраты на аренду торговых площадей, услуги ЖКХ и т.п.).
- (?) Бесплатная доставка в любую точку планеты

36. Сайты Интернет-магазинов

- (!) <http://www.amazon.com>
- (!) <http://www.ozon.ru>
- (!) <http://www.enter.ru>
- (!) <http://www.ulmart.ru>
- (!) <http://www.aliexpress.com>
- (?) <http://www.ebay.ru>
- (?) <http://molotok.ru>
- (?) <http://sberbank-ast.ru>

37. Электронные кассы дорожных билетов

- (!) <http://ticket.rzd.ru>
- (!) <http://www.tutu.ru>
- (!) <http://www.ozon.travel>
- (!) <http://www.aviacassa.ru>
- (?) <http://www.enter.ru>
- (?) <http://www.ulmart.ru>

38. Электронные театральные кассы

- (!) <http://voronezh.kassy.ru>
- (!) <http://ticketok.ru>
- (!) <http://www.bezantrakta.ru>
- (!) <http://www.bilet36.ru>
- (?) <http://www.enter.ru>
- (?) <http://www.ulmart.ru>

39. Способ продажи товаров и услуг в виде публичного торга, проводимый с помощью Интернет-технологий на специальном сайте или электронной торговой площадке

- (!) Интернет-магазин
- (?) Электронный аукцион
- (?) Электронная биржа

40. К системам интернет-аукционов относятся

- (?) www.ozon.ru
- (!) www.ebay.ru
- (!) molotok.ru
- (?) www.forex.ru

41. Категория потребительских товаров обладающая высокой степенью продаж через Интернет

- (?) Предметы роскоши
- (?) Косметика и парфюмерия
- (!) Одежда и обувь
- (?) Продукты питания

42. Электронные аукционы относятся к следующему типу электронной коммерции

- (?) G2C
- (!) B2B
- (!) B2C
- (?) C2C

43. Комплекс информационных и технических решений, обеспечивающий взаимодействие покупателя (заказчика) с продавцом (поставщиком) через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки по государственным заказам или крупным закупкам коммерческих компаний

- (?) Интернет-магазины
- (?) Интернет-аукционы
- (!) Электронные торговые площадки
- (?) Системы электронного обслуживания

44. Примеры электронных торговых площадок

- (!) <http://www.sberbank-ast.ru>
- (!) <http://www.etp-micex.ru>
- (!) <http://rts-tender.ru>
- (?) www.ebay.ru
- (?) molotok.ru

Раздел 3. Электронные платежи

45. Системы, принимающие запросы клиентов на услуги через личный интернет-кабинет

- (?) Интернет-магазины
- (?) Интернет-аукционы

- (?) Электронные торговые площадки
- (!) Системы электронного обслуживания

46. Специализированный интернет-сайт или раздел сайта, на котором клиенту после авторизации предоставляется возможность управления оказываемыми услугами

- (!) Личный кабинет
- (!) Интернет-офис
- (!) Система самообслуживания
- (?) Электронная торговая площадка

47. К системам дистанционного обслуживания относятся

- (!) интернет-банкинг
- (!) интернет-офисы операторов услуг связи
- (!) интернет-офисы интернет-провайдеров
- (!) система «Госуслуги»
- (?) Интернет-магазины
- (?) Интернет-аукционы
- (?) Электронные торговые площадки

48. С мобильного кошелька возможно оплачивать

- (!) услуги связи
- (!) покупки в интернет-магазинах
- (!) поездки в метро
- (!) услуги ЖКХ
- (!) железнодорожные билеты
- (?) обучение в вузе

49. Технологии дистанционного банковского обслуживания, при котором доступ к счетам и операциям предоставляется на специализированном интернет-сайте в любое время и с любого компьютера

- (?) электронная касса
- (!) интернет-банкинг
- (?) интернет-офис провайдеров
- (?) система «Банк»
- (?) Интернет-магазин

50. Интернет-системы дистанционного банковского обслуживания предоставляют клиенту следующие возможности

- (!) получать выписки по открытым счетам;
- (!) осуществлять переводы, оплату услуг;
- (!) открывать вклады
- (!) оформлять кредиты;
- (!) оформлять и блокировать банковские карты
- (?) снимать наличные деньги
- (?) скрывать доходы от налоговых органов

51. К системам интернет-банкинга относятся

- (!) Сбербанк ОнЛ@йн
- (?) Яндекс-деньги
- (?) Web-money

52. Сайт, на котором можно отключить и подключить услуги, изменить тарифный план, проверить финансовую информацию по номеру и получить детализацию звонков

- Интернет-офис оператора услуг связи
- электронная касса
- интернет-банкинг
- Интернет-магазин

53. Финансовые операции, совершаемые через электронные платежные системы или электронные банковские каналы обслуживания клиентов - это

- электронные платежи
- транзакции
- кеш-фло
- электронные сделки

54. Иницируемая держателем банковской карты последовательность сообщений, вырабатываемых участниками системы и передаваемых от участника к участнику для обслуживания держателя карты

- электронные платежи
- транзакции
- кеш-фло
- электронные сделки

55. Транзакция обладает следующими свойствами

- неделимостью
- согласованностью
- изолированностью
- надежностью
- взаимодействием между держателем карты и хозяйствующим субъектом
- конфиденциальностью

56. К системе электронных платежей предъявляются следующие требования

- конфиденциальности
- целостности информации
- изолированности
- аутентификации
- авторизации
- защищенности операций по платежам

57. Удостоверение в том, что другая сторона, участвующая в платежах, на самом деле является той, за кого себя выдает

- аутентификации
- авторизации

58. Среди преимуществ, которые получает клиент банка при использовании систем интернет-банкинга, можно отметить:

- экономию времени, так как у клиента нет необходимости посещать банк лично;
- защиту от компьютерного мошенничества;
- возможность круглосуточно управлять своими финансовыми средствами и отслеживать операции;
- оперативное подтверждение и выполнение транзакций.

59. Формы электронных платежей:

- платежи банковскими картами;
- платежи электронными деньгами;
- платежи через мобильные кошельки;

- (!) платежи через платежные терминалы;
- (!) платежи через интернет-банкинг;
- (!) платежи через мобильный банкинг;
- (?) платежи через международные системы перевода денег

60. Электронные деньги - это

- (!) Эмитированные в электронном виде платежные сертификаты, или чеки
- (!) Записи на расчетном счету участника системы
- (!) платежный инструмент, обладающий, в зависимости от схемы реализации, свойствами как традиционных наличных денег, так и традиционных платежных инструментов
- (!) бессрочные денежные обязательства эмитента на предъявителя в электронной форме
- (!) платежные средства, эмитированные какой-либо организацией (денежный суррогат), тогда как обычные деньги (наличные или безналичные) эмитируются центральным государственным банком той или иной страны
- (?) цифровой суррогат

61. Примером систем электронных денег являются

- (!) Яндекс.Деньги
- (?) Сбербанк@Деньги
- (!) QIWIКошелек
- (!) WebMoney
- (!) PayPal
- (!) Деньги@Mail.ru

62. Преимущества электронных платежных систем заключаются в следующем:

- (!) анонимность
- (!) простота
- (!) мобильность
- (!) оперативность
- (!) безопасность
- (!) экономичность
- (?) интерактивность

63. Лицевой счет пользователя у оператора сотовой связи, с которого можно производить платежи

- (!) Мобильный кошелек
- (?) Мобильный банк
- (?) Сотовый кошелек
- (?) Личный кабинет

64. Аппаратно-программный комплекс, обеспечивающий в режиме самообслуживания приём наличных денег от физических лиц и осуществление платежей через систему электронных платежей, к которой он подключен каналом связи

- (!) Небанковский платежный терминал
- (?) Банковский платежный терминал

65. Аппаратно-программный комплекс, позволяющие осуществлять платежи, как внесением наличных средств, так и с банковской карты, через банковскую платежную систему, к которой подключен каналом связи

- (?) Небанковский платежный терминал
- (!) Банковский платежный терминал

66. Технологии дистанционного банковского обслуживания (ДБО), при котором доступ к счетам и операциям по ним предоставляется авторизованному пользователю через специальное приложение со смартфона, имеющего доступ в Интернет

- (?) Интернет-банкинг
- (!) Мобильный-банкинг
- (?) SMS-банкинг

67. Преимущества электронных платежных систем заключаются в следующем:

- (!) анонимность
- (!) простота
- (!) мобильность
- (!) оперативность
- (!) безопасность
- (!) экономичность
- (?) интерактивность

Раздел 4. Электронное правительство

68. Электронное правительство - это

- (!) модель государственного управления в XXI веке; способ автоматизированного предоставления информации и оказания государственных услуг учреждениями и органами государственной власти
- (?) дополнение или аналог традиционного правительства
- (!) новый способ взаимодействия на основе активного использования информационно-коммуникационных технологий в целях повышения эффективности предоставления государственных услуг
- (!) новая форма организации деятельности органов государственной власти, обеспечивающая за счет широкого применения информационно-коммуникационных технологий качественно новый уровень оперативности и удобства получения организациями и гражданами государственных услуг и информации о результатах деятельности государственных органов

69. Цели формирования электронного правительства

- (!) повышение качества и доступности государственных услуг;
- (!) упрощение процедуры и сокращение сроков оказания госуслуг, снижение административных издержек со стороны граждан и организаций, связанных с их получением;
- (!) повышение открытости информации о деятельности органов государственной власти;
- (!) расширение возможности доступа к информации и непосредственного участия граждан, организаций и объединений в процедурах формирования и экспертизы решений, принимаемых на всех уровнях государственного управления;
- (!) совершенствование системы информационно-аналитического обеспечения, обеспечение оперативности и полноты контроля результативности деятельности органов государственной власти;
- (?) уменьшить участие человека в процессе оказания госуслуг, сделать этот процесс автоматизированным.

70. Развитие электронного правительства в России с 2011 г. идет в рамках утвержденных документов

- (!) Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации
- (!) Государственная программа Российской Федерации "Информационное общество"
- (?) Федеральная целевая программа «Электронная Россия»
- (?) Концепция формирования в Российской Федерации электронного правительства

71. Основными принципами обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления являются:

- (!) открытость и доступность информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом
- (!) достоверность информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и своевременность ее предоставления
- (!) свобода поиска, получения, передачи и распространения информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления любым законным способом
- (!) соблюдение прав граждан на неприкосновенность частной жизни
- (?) информационная безопасность в организации общения с гражданами

72. Информация о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, размещаемая в сети "Интернет", в зависимости от сферы деятельности содержит:

- (!) административные регламенты, стандарты государственных и муниципальных услуг;
- (!) установленные формы обращений, заявлений и иных документов, принимаемых государственным органом;
- (!) информацию о результатах проверок, проведенных в государственном органе, его территориальных органах, органе местного самоуправления, подведомственных организациях;
- (!) тексты официальных выступлений и заявлений руководителей и заместителей руководителей государственного органа, его территориальных органов, органа местного самоуправления;
- (!) сведения о вакантных должностях государственной службы, имеющихся в государственном органе, его территориальных органах, о вакантных должностях муниципальной службы, имеющихся в органе местного самоуправления;
- (!) условия и результаты конкурсов на замещение вакантных должностей государственной службы, вакантных должностей муниципальной службы;
- (!) обзоры обращений граждан, а также обобщенную информацию о результатах рассмотрения этих обращений и принятых мерах
- (?) информацию о размере заработной платы всех сотрудников

73. Сайты государственных органов и органов местного самоуправления в сети Интернет обеспечивают

- (!) оперативное размещение информации, связанной с деятельностью государственного органа
- (!) оперативный доступ к открытой информации, содержащейся в государственных информационных системах
- (!) публикацию сведений о предоставляемых государственных услугах и условиях их получения
- (!) организацию интерактивного взаимодействия с гражданами в рамках предоставления государственных услуг
- (!) обеспечение обратной связи и обработку обращений граждан
- (?) пополнение государственного бюджета за счет размещения интернет-рекламы на этих сайтах

74. Единый портал государственных и муниципальных услуг - федеральная государственная информационная система, обеспечивающая

- (!) доступ физических и юридических лиц к сведениям о государственных и муниципальных услугах
- (!) предоставление в электронной форме государственных и муниципальных услуг;
- (!) учет обращений граждан, связанных с функционированием Единого портала

- (?) голосование на выборах различного уровня
- (?) подсчет результатов голосования на выборах

75. Официальный сайт, предназначенный для размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных нужд, нужд субъектов Российской Федерации или муниципальных нужд

- (!) <http://zakupki.gov.ru>
- (?) <http://www.gosuslugi.ru>
- (?) <https://rosreestr.ru>
- (?) <http://izbirkom.ru>
- (?)

76. Интернет-система, предназначенная для размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных нужд, нужд субъектов Российской Федерации или муниципальных нужд, предоставляет

- (!) для государственных и муниципальных заказчиков – автоматизацию процессов подготовки, размещения и проведения закупок на конкурсной основе
- (!) для поставщиков и общественности – современные сервисы поиска и доступа к информации о государственных заказах
- (!) для контролирующих органов - автоматизированное решение по контролю, статистике и анализу государственных закупок
- (?) для Президента РФ – возможность в любой момент проверить расходование бюджетных средств в любом государственном органе

77. Электронная цифровая подпись - это

- (!) реквизит электронного документа, обеспечивающий его защиту
- (!) информация в цифровом виде, связанная с электронным документом, которая может идентифицировать подписавшее его лицо – полноправного участника документооборота – и защитить этот документ от подделки
- (?) пароль для открытия и просмотра электронного документа

78. Решить задачи информационно безопасности электронной коммерции возможно при применении технологий

- (!) аппаратно-программной защиты
- (!) шифрования
- (!) систем сертификатов
- (!) электронно-цифровой подписи
- (?) электронных денег

79. ЭЦП должна отвечать следующим требованиям

- (!) Достоверность
- (!) Неподдельность
- (!) Единственность
- (?) Динамичность
- (!) Подписанный документ нельзя изменить
- (!) От подписи невозможно отречься
- (?) Красота и эстетичность

80. Электронно-цифровая подпись (ЭЦП), указывающая на лицо, подписавшее документ, но не дающее возможности определить неизменность подписи и подписанных данных

- (!) Простая электронная подпись
- (?) Неквалифицированная ЭЦП
- (?) Квалифицированная ЭЦП

3.8. Контроль умений и навыков

Контроль умений и навыков осуществляется на практических занятиях во время приема отчетов обучающихся о выполнении индивидуальных заданий в соответствии с планом проведения лабораторных занятий и в ходе опроса обучающихся при контроле выполнения ими индивидуальных заданий.

Оценка овладения навыками осуществляется через решение обучающимися следующих практических задач:

- сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса
- коммерческий цикл и стратегии выхода в электронной коммерции
- сравнительная характеристика предприятий сектора b2b
- сравнительная характеристика предприятий сектора b2c
- платёжные системы электронной коммерции
- расчёты в электронной коммерции
- разработка медиа-плана
- оценка эффективности интернет-рекламы
- поисковые системы
- применение электронной цифровой подписи (эцп) в электронной коммерции
- правовое регулирование на этапе регистрации электронной коммерции
- регламентирование деятельности интернет-магазина

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

4.1. Внутренние нормативные акты

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017;

Положение о фонде оценочных средств П ВГАУ 1.1.13 – 2016

4.2. Рекомендации по проведению текущего контроля

1.	Сроки проведения текущего контроля	На каждом практическом занятии
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории в ходе практического занятия
3.	Требования к техническому оснащению аудитории	В соответствии с ОП и рабочей программой
4.	Лицо, проводящее процедуру контроля	Преподаватель, ведущий практические занятия
5.	Форма текущего контроля	Опрос, собеседование, тестирование
6.	Время для проведения текущего контроля	В течение занятия
7.	Возможность использования дополнительными материалами	Разрешается
8.	Лицо, обрабатывающее результаты	Преподаватель, ведущий практические занятия
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал, доводится до сведения обучающихся в течение занятия
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном внутренними нормативными актами

Рецензент: генеральный директор ООО «БухСервис-Агро»

Федорик Н.В.

