

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

*Утверждены решением
Ученого совета,
протокол № 10
от 30 мая 2017 г. .*

**Кафедра «Информационные технологии и
информационная безопасность»**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»**

**Направление подготовки – 09.03.03 Прикладная информатика,
профиль «Прикладная информатика в экономике»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

Формы обучения - очная, заочная

Махачкала – 2017

УДК65 ф. я73

ББК 004 (65)

Составитель – Бекбулатова Зайнаб Абдулмуслимовна, старший преподаватель кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внутренний рецензент – Раджабов Карахан Якубович, кандидат экономических наук, декан факультета «Информационные технологии и управление»

Внешний рецензент – Меджидов Зияудин Гаджиевич, кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник Отдела математики и информатики Дагестанского научного центра Российской Академии Наук.

Представитель работодателя - Сайидахмедов Сайидахмед Сергеевич, генеральный директор компании «Текама».

Оценочный материал дисциплины «Электронный бизнес» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 марта 2015 г., № 207, в соответствии с приказом от 5 апреля 2017г., № 301 Министерства образования и науки РФ.

Оценочный материал по дисциплине «Электронный бизнес» размещен на официальном сайте www.dgunh.ru

Бекбулатова З.А. Оценочный материал по дисциплине «Электронный бизнес» для направления подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике». – Махачкала: ДГУНХ, 2017 - 52 с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2017 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике», к.э.н., Раджабов К.Я.

Одобрены на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 25 мая 2017 г., протокол № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение оценочных материалов.....	4
РАЗДЕЛ 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины.....	5
1.1 Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2 Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств.....	5
РАЗДЕЛ 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине.....	13
РАЗДЕЛ 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	41
РАЗДЕЛ 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.....	44
Лист актуализации оценочных материалов по дисциплине.....	52

Назначение оценочных материалов

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по дисциплине «Информационные технологии и системы» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике».

Оценочные материалы по дисциплине «Электронный бизнес» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

Раздел 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-4	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-11	Способность эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы
ПК-14	Способность осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач
ПК-22	Способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем

1.2 Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
ОПК-4: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	Знать: - основы Интернет-маркетинга, организационную характеристику и основные компоненты Интернета; - устройство и принципы функционирования электронных	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает основы Интернет-маркетинга, организационную характеристику и основные компоненты Интернета, устройство и принципы функционирования электронных платежных систем	Блок А – задания репродуктивного уровня – тестовые задания; – вопросы для обсуждения; – комплект тематик для рефератов;
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными	

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	платежных систем.		пробелами знает основы Интернет-маркетинга, организационную характеристику и основные компоненты Интернета, устройство и принципы функционирования электронных платежных систем	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает основы Интернет-маркетинга, организационную характеристику и основные компоненты Интернета, устройство и принципы функционирования электронных платежных систем	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться понятийным аппаратом, анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области электронного бизнеса; - использовать электронные деньги для оплаты товаров и услуг в сети интернет. 	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет пользоваться понятийным аппаратом, анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области электронного бизнеса, использовать электронные деньги для оплаты товаров и услуг в сети интернет	<p>Блок В – задания реконструктивного уровня – типовые задачи;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплект тематик для презентаций; - лабораторная работа
	Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет пользоваться понятийным аппаратом, анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области		

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
			электронного бизнеса, использовать электронные деньги для оплаты товаров и услуг в сети интернет	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет пользоваться понятийным аппаратом, анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области электронного бизнеса, использовать электронные деньги для оплаты товаров и услуг в сети интернет	
	Владеть: - навыками работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интернет-ресурсов;	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интернет-ресурсов	Блок С – задания практико-ориентированного уровня выполнения проекта; – кейс-задача
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интернет-ресурсов	
		Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками работы со средствами веб-аналитики и инструментами статистического анализа Интернет-ресурсов	
ПК-11: способность эксплуатировать и сопровождать	Знать: - практические аспекты организации работы предприятия в	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает практические аспекты организации работы предприятия в интернет-сфере	Блок А – задания репродуктивного уровня – тестовые задания;

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
информационные системы и сервисы	интернет-сфере; - особенности информационных систем предприятия.	Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает практические аспекты организации работы предприятия в интернет-сфере	– вопросы для обсуждения; – комплект тематик для рефератов;
		Продвинутой уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает практические аспекты организации работы предприятия в интернет-сфере	
	Уметь: - вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов; - использовать методы, приемы, инструментарий создания электронного предприятия.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов, использовать методы, приемы, инструментарий создания электронного предприятия	Блок В – задания реконструктивного уровня – типовые задачи; – комплект тематик для презентаций;
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов, использовать методы, приемы, инструментарий создания электронного предприятия	
		Продвинутой уровень	Обучающийся умеет вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов, использовать методы, приемы, инструментарий создания электронного предприятия	

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
	Владеть: - навыками эксплуатации и сопровождения Информационных систем и сервисов	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками эксплуатации и сопровождения Информационных систем и сервисов	Блок С – задания практико-ориентированного уровня – деловая игра;
		Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками эксплуатации и сопровождения Информационных систем и сервисов	
		Продвинутой уровень	Обучающийся свободно владеет навыками эксплуатации и сопровождения Информационных систем и сервисов	
ПК-14: способность осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач	Знать: - основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере; - стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства; - возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере, стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства, возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере	Блок А – задания репродуктивного уровня – тестовые задания; – вопросы для обсуждения; – комплект тематик для рефератов;
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере, стратегический инструментарий и современные технологии интернет-	

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
			предпринимательства, возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере, стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства, возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать бизнес-план для реализации коммерческих Интернет-проектов; - планировать и оценивать результаты работы в интернет сфере 	Пороговый уровень	Обучающийся (частично) умеет разрабатывать бизнес-план для реализации Интернет-проектов, планировать и оценивать результаты работы в интернет сфере	<p>Блок В – задания реконструктивного уровня – типовые задачи; – комплект тематик для презентаций;</p>
	Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет разрабатывать бизнес-план для реализации коммерческих Интернет-проектов, планировать и оценивать результаты работы в интернет сфере		
	Продвинутый уровень	Обучающийся умеет разрабатывать бизнес-план для реализации коммерческих Интернет-проектов, планировать и оценивать результаты		

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
	<p>Владеть: - навыками разработки корпоративной стратегии, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации.</p>	<p>Пороговый уровень</p> <p>Базовый уровень</p> <p>Продвинутой уровень</p>	<p>работы в интернет сфере</p> <p>Обучающийся слабо (частично) владеет навыками разработки корпоративной стратегии, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации</p> <p>Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками разработки корпоративной стратегии, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации</p> <p>Обучающийся свободно владеет навыками разработки корпоративной стратегии, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации</p>	<p>Блок С – задания практико-ориентированного уровня выполнения проекта; – кейс-задача</p>
<p>ПК-22: способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем</p>	<p>Знать: - специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства; - инструменты исследования и анализа рынка.</p>	<p>Пороговый уровень</p> <p>Базовый уровень</p>	<p>Обучающийся слабо (частично) знает специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства, инструменты исследования и анализа рынка</p> <p>Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства,</p>	<p>Блок А – задания репродуктивного уровня – тестовые задания; – вопросы для обсуждения; – комплект тематик для рефератов;</p>

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
			инструменты исследования и анализа рынка	
		Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства, инструменты исследования и анализа рынка	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать управленческие решения; - оценивать возможности решений и нести за них ответственность. 	Пороговый уровень	Обучающийся (частично) слабо умеет принимать управленческие решения, оценивать возможности решений и нести за них ответственность	<p>Блок В – задания реконструктивного уровня</p> <ul style="list-style-type: none"> – типовые задачи; – комплект тематик для презентаций;
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет принимать управленческие решения, оценивать возможности решений и нести за них ответственность	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет принимать управленческие решения, оценивать возможности решений и нести за них ответственность	
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью выявления данных, необходимых для решения поставленных 	Пороговый уровень	Обучающийся (частично) слабо владеет способностью выявления данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления	<p>Блок С – задания практико-ориентированного уровня выполнения</p>

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
	исследовательских задач в сфере управления.	Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет способностью выявления данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления	проекта; – кейс-задача;
		Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет способностью выявления данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления	

РАЗДЕЛ 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине

Для проверки сформированности компетенции ОПК-4: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

- 1. Какой из секторов занимается обеспечением государственных поставок и проведением открытых on-line тендеров?**
 - a. B2B
 - b. B2C
 - c. B2G
 - d. B2E
- 2. Субъектами электронной коммерции являются?**
 - a. физические лица;
 - b. юридические лица;
 - c. государство как субъект права;

- d. все вышеперечисленные.
- 3. Какой из секторов занимается электронной подачей индивидуальных налоговых деклараций?**
- B2B
 - B2C
 - B2E
 - C2G
- 4. Какой из секторов реализует товары и услуги через электронные магазины?**
- B2B
 - B2C
 - B2E
 - C2G
- 5. Электронная коммерция является составной частью:**
- Электронного бизнеса;
 - Интернет рекламы;
 - Интернет –предпринимательства
 - нет верного ответа.
- 6. Какой из секторов организывает работу персонала компании и ведет совместную бизнес-деятельность сотрудников, отдельных структур или подразделений?**
- B2B
 - B2C
 - B2E
 - C2G
- 7. Какой из секторов представляет собой взаимодействие бизнес-организации: производитель, продающий свой товар через поставщиков или дистрибьюторов, которые в свою очередь работают через дилеров?**
- B2B
 - B2C
 - B2E
 - C2G
- 8. Какой из аукционов является аукционом продавца на повышение начальной цены партии одинаковых товаров?**
- стандартный аукцион;
 - немецкий аукцион;
 - обратный аукцион;
 - нет верного ответа.
- 9. Какой сектор называют розничным сектором электронной торговли?**
- B2B
 - B2C
 - B2E
 - C2G
- 10. В каком секторе в качестве систем электронной коммерции выступают**

интернет – аукционы?

- a. B2C
- b. B2B
- c. C2C
- d. C2G

11. Какой из секторов подразумевает взаимодействие компании и госадминистрации страны, на территории которой она работает?

- a. B2C
- b. B2B
- c. C2B
- d. B2G

12. Целью, какого из секторов является предоставление услуг гражданам и частному сектору в интегрированном виде?

- a. B2C
- b. B2B
- c. C2C
- d. C2G

13. Какой из аукционов является аукционом продавца на повышение начальной цены одного товара?

- a. стандартный аукцион;
- b. обратный аукцион;
- c. немецкий аукцион;
- d. нет верного ответа.

14. К автоматическим системам ведения бизнеса можно отнести:

- a. средства электронного обмена данными;
- b. средства электронного перевода средств;
- c. средства планирования корпоративных ресурсов;
- d. все вышеперечисленные.

15. Какой из аукционов является аукционом покупателя на понижение начальной цены?

- a. обратный аукцион;
- b. стандартный аукцион;
- c. немецкий аукцион;
- d. нет верного ответа.

A2. Вопросы для устного опроса

1. Что называется электронным бизнесом?
2. Каковы основные отличия электронной коммерции от электронного бизнеса?
3. Что является объектом электронной коммерции?
4. Какие сектора электронной коммерции известны?
5. Какой из секторов является самым крупным?

A3. Комплект тематик для рефератов

1. Экосистема рекламной деятельности: ориентация на продажи
2. Особенности моделей монетизации
3. Роль ИТ и управления в развитии бизнеса
4. Венчурные фонды и их роль в развитии бизнеса
5. Интернет - индустрия и ее влияние на экономику

Блок В. Типовые задания реконструктивного уровня («уметь»)

В.1 Типовые задачи

Анализ предприятия электронного бизнеса

Выберете предприятие электронного бизнеса для анализа и проиллюстрируйте на его примере изученные в курсе теоретические аспекты в соответствии с предложенными ниже заданиями.

Анализ проводится как при помощи собственно Web-сайта компании, так и ряда информационных материалов, характеризующих деятельность компании. Каждое задание необходимо начинать с краткого описания деятельности выбранного предприятия.

Задание 1

- каким образом предприятие реализует каждый из указанных принципов;
- насколько полно используются возможные механизмы реализации принципов;
- какие еще действия вы можете предложить для более полной реализации каждого из принципов.

1.2 Выберите принципы электронного бизнеса, которые нереализуемы или труднореализуемы в традиционном бизнесе. Ответ поясните.

Задание 2

Рассмотрите примеры внедрения инноваций предприятиями электронного бизнеса. Задача состоит в рассмотрении примеров применения всех рассмотренных в теме 2 инноваций.

При этом, можно использовать одно предприятие для иллюстрации всех инноваций (в том числе тоже что и в задании 1 или любое другое) или несколько предприятий (каждое из которых хорошо отражает пример внедрения одной или нескольких инноваций электронного бизнеса).

Задание 3

На примере одного из рассматриваемых ранее или нового предприятия электронного бизнеса:

В качестве примера организации электронного бизнеса для выполнения указанного задания выберем интернет магазин, работающий по концепции продажи товаров дистанционно, а так же по реализации продукции в точках выдачи товара. Компания имеет свой сайт.

Интернет-магазин КЖД инструмент. Магазин специализирующийся на продаже различных бытовых товаров и техники для ремонта.

3.1. Проведите классификацию всех закупаемых материальных и нематериальных ресурсов по следующим критериям: значимость материального ресурса (высокая\низкая) и надежность поставщика (высокая\низкая). Ответ поясните.

3.2 Предложите одну из четырех стратегий снабжения для каждой группы выделенных ресурсов. Ответ поясните.

3.3 Выберите приложения электронного снабжения в соответствии с ситуациями (стратегиями) снабжения. Ответ поясните.

В2. Комплект тематик для презентаций

1. Роль бизнес - в финансировании инновационного бизнеса
2. Роль интернет – аукционов в вопросах реализации товара
3. Актуальные вопросы оптимизации контента для продвижения сайта в поисковых системах
4. Сравнительный анализ каскадного и гибкого методологий управления проектами
5. Борьба с теневой экономикой

В3. Лабораторная работа

Лабораторная работа: предприятия электронной коммерции

Цель практического задания: знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Business (B2B) (варианты 1-12) и Business-to-Customers (B2C) (варианты 13-22). Изучение структуры электронных предприятий.

Задания к работе

1. Смоделировать процесс покупки выбранного товара/услуги.
2. Проанализировать типовую структуру электронных магазинов.
3. Провести сравнительный анализ рассмотренных электронных магазинов по приведенным в методических указаниях критериям. Результат анализа занести в отчет.

1. Предприятия электронной коммерции сектора B2C

По номеру списка в журнале посещения студентов выбрать из табл. 1 соответствующий вид товаров/услуг предприятий электронной коммерции сектора B2C.

Таблица 1.
Виды товаров/услуг электронной коммерции сектора B2C

Номер варианта	Товарная группа
1	2
1	Аудио, видео

2	Книжная продукция
3	Компьютерные технологии
4	Лекарственные препараты
5	Мебель, предметы интерьера
6	Одежда, обувь
7	Парфюмерия, косметика
8	Программное обеспечение
9	Продукты питания
10	Спортивные товары
11	Средства связи
12	Ювелирные изделия

Пользуясь средствами поиска сети Интернет найти четыре электронных магазина, торгующих соответствующими товарами/услугами, и занести названия и web-адреса магазинов в табл.2.

Таблица 2. Название товара/услуги

№ варианта	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Название товара/услуги

Для осуществления процесса покупки в большинстве электронных магазинов необходимо пройти регистрацию. При нежелании предоставлять реальные данные о себе (имя, адрес, e-mail) в процессе регистрации можно ввести данные, не соответствующие действительности.

Примечание: В процессе покупки подтверждения заказа НЕ ДЕЛАТЬ!

После завершения процесса моделирования покупки занести в отчет ответы на указанные ниже вопросы по каждому из четырех электронных магазинов.

1) Оцените товарный ассортимент магазина (наличие разделов и подразделов).

2) Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы)?

3) Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара/услуги.

4) Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.

5) Отметьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.

6) Проводилась ли (и на каком этапе) регистрация посетителя. Какие сведения потребовались?

7) Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов)?

8) Перечислить предлагаемые электронным магазином системы оплаты.

9) Перечислить предлагаемые электронным магазином системы доставки.

Занести результаты сравнения электронных магазинов в табл.3. Для пунктов 1-7 для оценки использовать 5-ти балльную шкалу.

Таблица 3. Сравнение электронных магазинов

№	Критерии оценки	Электронные магазины			
		1	2	3	4
1	Скорость загрузки сайта				
2	Полнота текстового описания				
3	Степень дружелюбности интерфейса				
4	Графическое и мультимедийное описание				
5	Удобство системы регистрации				
6	Дополнительные сервисные услуги				
7	Полнота он-лайн помощи				
8	Стоимость выбранного товара				
9	Количество товарных разделов				
10	Количество шагов при поиске				
11	Количество систем оплаты				
12	Количество систем доставки				

Проанализировать результаты табл. 3.:

– расположить вышеперечисленные критерии по убыванию их важности для покупателя;

– расположить электронные магазины по степени удовлетворения вышеуказанным критериям. Определить «лучший» и «худший» магазин.

2. Предприятия электронной коммерции сектора B2B

По номеру списка в журнале посещения студентов выбрать из табл. 4 соответствующий вид товаров/услуг.

Таблица 4.

Виды товаров/услуг электронной коммерции сектора B2B

Номер варианта	Товарный сектор
13	Компьютеры и ИТ
14	Лесопромышленность
15	Медицина и здравоохранение
16	Продукты питания
17	Рынок металлов
18	Связь и телекоммуникации
19	Сельское хозяйство

20	Строительство
21	Топливо-энергетический комплекс
22	Химическая промышленность

Пользуясь поисковыми системами и Интернет-каталогами (Aport, Yandex, Rambler, Google и др.), а также информационно-справочным порталом <http://www.business2business.ru/> найти не менее 2 предприятий сектора B2B по выбранному сектору рынка и занести их названия и web-адреса в табл. 2

Таблица 5
Названия и web-адреса предприятий сектора B2B

№ вар-та	Товарный сектор	Название предприятия	Web-адрес предприятия

После просмотра каждого из найденных предприятий занести в отчет ответы на указанные ниже вопросы.

- 1) Оцените представленный каталог товаров, услуг, организаций.
- 2) Оцените возможности поисковой системы по поиску товаров, услуг, организаций.
- 3) Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.
- 4) На каком этапе проводится регистрация посетителя? Каковы требования для регистрации?
- 5) Предлагаются ли какие-либо дополнительные услуги для клиентов (документация, постановления, обзоры, статьи, новости, биржи труда и т.п.)?
- 6) Присутствует ли возможность участия в тендерах? Можно ли просмотреть существующие заявки на покупку, продажу, экспорт, импорт? Доступна ли информация о ценах?
- 7) Имеется ли он-лайновая помощь?
- 8) Каковы источники дохода каждой из площадок?

Проанализировать результаты п. 1-7 и сделать выводы об отличительных особенностях каждого из рассмотренных предприятий.

Блок С. Типовые задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)

С1.Задание «кейс-стади»

Задание. Создание команды проекта.

Соберите команду. Если у вас уже есть единомышленники — приглашайте их в курс, если нет, объединяйтесь с другими, вдохновляйте их свое

й идеей или поддерживайте идею коллег, которая вам понравилась. Условие: в команде должно быть 4–5 человек.

Заполните шаблоны «Знакомство с командой », «Матрица – функционал».

Шаблон. Знакомство с командой

Члены команды	Имя 1	Имя 2	Имя 3	Имя 4
Специальность, направление, курс. Имеющееся законченное образование.				
Предоставьте ваши контакты (email, FB, LinkedIn, vk).				
Являетесь ли вы экспертом в проектной области, выбранной вашей группой?				
Выберите роль, которая наиболее удачно подходит для вас в команде.				
Что-то интересное, что важно знать о вас (будьте лаконичны).				

Шаблон. Матрица – функционал

Функционал	Кто в команде выполняет этот функционал	Комментарии
Управление		
Привлечение клиентов, продажи		
Разработка		

Дизайн		
Операционные процессы		

Блок Д. Типовые задания для использования в рамках промежуточной аттестации

Д1.Перечень экзаменационных вопросов

1. Понятия бизнеса, бизнес и предпринимательство, бизнес и коммерция.
2. Родовые черты бизнеса, деловые интересы, собственность, капитал, доход.
3. Субъекты бизнеса.
4. Интегративные качества системы бизнеса.
5. Бизнес и право.
6. Понятие «предпринимательская фирма» и ее виды.
7. Основные виды деятельности в сфере бизнеса.
8. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица.
9. Временные трудовые коллективы и договоры о совместной деятельности.
10. Особенности и виды трастового управления.
11. Интегративные процессы в бизнесе.
12. Организационно-правовые формы предприятия.
13. Полное товарищество как организационно-правовая форма предприятия.
14. Коммандитное товарищество и его особенности.
15. Особенности обществ с ограниченной ответственностью.

**Для проверки сформированности компетенции ПК-11: способность эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы
Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)**

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

1. Интернет-аукционы могут быть примером модели

- а) В2С;
- б) В2В;
- в) С2С;
- г) С2В.

2. Торговые площадки могут быть примером модели

- а) В2С;
- б) В2В;
- в) С2С;

г) С2В.

3. Маркетинг в сети Интернет – это

- а) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;
- б) комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет;
- в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

4. Изучение конкурентов позволяет

- а) определить сегмент рынка;
- б) оценить стратегию продаж потенциальных конкурентов;
- в) изучить бизнес, отметить сильные и слабые стороны.

20. Размещение рекламы с помощью поисковых систем и каталогов может быть

- а) платным;
- б) бесплатным;
- в) и тем, и другим.

5. При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать

- а) популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов;
- б) прогноз объема продаж вашей фирмы;
- в) место размещения (раздел, страницу);
- г) ценовую модель.

6. Дискуссионные листы и конференции – это

- а) инструменты маркетинга по электронной почте;
- б) вид рейтинга;
- в) элемент поисковой системы.

7. Интернет-банкинг является

- а) предоставление банковских услуг через Интернет, когда клиент получает возможность электронного управления своими счетами;
- б) услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках;
- в) формирование инвестиционного портфеля и управление активами;
- г) оперативное получение необходимой информации (котировки, анализ, прогнозы) в любой точке земного шара.

8. Электронное оформление страховых полисов называется

- а) Интернет-оформлением;
- б) Интернет-консалтингом;
- в) транзакцией;
- г) Интернет-страхованием.

9. К рискам электронной коммерции относится:

- а) воздействие компьютерных вирусов;
- б) перехват данных;
- в) невысокая ценность коммерческой информации;
- г) неправильная идентификация пользователей.

A2. Вопросы для устного опроса

1. Устав предприятия и его структура.
2. Основные элементы инфраструктуры бизнеса.
3. Подготовительный этап создания предприятия.
4. Устав предприятия и его структура.
5. Модели бизнеса

A3. Комплект тематик для рефератов

1. Электронные платежные системы, их преимущества и недостатки
2. Стандартные приемы использования тизерной рекламы
3. Актуальные проблемы использования SEO для продвижения сайта
4. Проблемы развития стартапов в России
5. Реклама в мессенджерах и ее особенности
6. Особенности использования медийной рекламы для продвижения товара в сети Интернет

Блок В. Типовые задания реконструктивного уровня («уметь»)

В.1 Типовые задачи

Задание 1 (ситуационная задача)

Предприниматель решил организовать собственное дело.

Какие основные этапы технологии создания собственного дела необходимо продумать предпринимателю?

Дайте краткое описание этих этапов на примере конкретного предприятия.

Задание 2 (ситуационная задача)

При анализе деятельности предприятия было выявлено, что объем реализации в текущем году снизился. Требуется составить план мероприятий для увеличения сбыта продукции.

В.2. Комплект тематик для презентаций

1. Основные формы присутствия в компании в Интернет.
2. Электронный брендинг и маркетинг.
3. Электронные торги, государственные закупки.
4. Государственные услуги для электронного бизнеса.
5. Мобильный электронный бизнес.

Блок С. Типовые задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)

С1. Деловые игры/ ролевые игры

Задание 1. Деловая игра «Снежинки».

Смысл игры

Команды вырезают из бумаги снежинки и продают их заранее “назначенным” покупателям. Выигрывает команда, которая заработала больше денег по результатам 5-ти раундов.

Подвох в том, что все покупатели разные и по-разному оценивают красоту снежинки, а соответственно и по-разному назначают цену за нее. Тот, кто быстрее и лучше других поймет своих клиентов и сможет предоставить тот продукт, за который готовы платить дорого – победит.

Правила и организационные моменты

Игру можно проводить на аудиторию от 15 до 120 человек (границы условные). Участники должны быть поделены на команды по 4-8 человек. Каждая команда и будет компанией, производящей и продающей снежинки. Кроме команд, для игры понадобятся клиенты –

люди, которые будут покупать снежинки. На каждые 3-4 команды должен быть 1 клиент.

(Подробные правила игры приведены в учебно-методическом комплексе).

Задание 2. Изучение клиента.

- Выдвиньте три гипотезы о своих клиентских сегментах;
- составьте шаблон интервью с каждым из клиентских сегментов;
- выберите один из клиентских сегментов и сделайте интервью с 50 представителями этого сегмента;
- проанализируйте полученную информацию, какие гипотезы были подтверждены, какие опровергнуты, какие инсайты получили.

Задание 3. Ролевая игра «Создание своего бизнеса». Студенты делятся на несколько группы, которые организуют свое дело и представляют свою фирму, демонстрируют свой продукт (товар, работу или услугу).

Вопросы для обсуждения:

1. Название и цель фирмы.
2. Девиз фирмы.
3. Логотип фирмы.
4. Фирменный знак для продукции.
5. Рекламный ролик.

Необходимость создание единой команды для хорошего введения бизнеса.

Для проведения игры студенты должны :

- ознакомиться с терминами;
- изучить материалы, связанные с заданием;
- рассмотреть зарубежный опыт создание фирмы.

Студенты должны уметь:

- четко и ясно ставить цель;
- четко выражать мысль;
- аргументировать свои ответы.

Игра завершается подведением итогов, анализом исполнения роли участников игры

Блок Д. Типовые задания для использования в рамках промежуточной аттестации

Д1. Перечень экзаменационных вопросов

1. Определения электронной коммерции
2. Основные субъекты электронной коммерции
3. Виды электронной коммерции
4. Специфика электронной коммерции
5. Торговый цикл (определение и этапы)
6. Предприятия государственного сектора.
7. Подготовительный этап создания предприятия.
8. Концептуальная идея бизнеса и подходы к ее созданию.
9. Бизнес-план, его структура и виды.
10. Устав предприятия и его структура.
11. Учредительный договор и его основные разделы.

Для проверки сформированности компетенции ПК-14: способность осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач

Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

1. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»?

- a. Аукцион одновременного предложения
- b. Стандартный аукцион
- c. Голландский аукцион
- d. Аукцион закрытых предложений
- e. Двойной аукцион

2. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

3. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- b. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- c. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- d. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

4. Для чего создаются дискуссионные листы?

- a. Предназначены для определенной целевой аудитории
- b. Для рассылки индивидуальных писем
- c. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие

5. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

6. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

7. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

8. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

9. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

10. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет-экономики

11. Перечислите стадии проходимые потенциальным покупателем?

- a. Предпочтение
- b. Знание
- c. Убеждение
- d. Покупка

12. «Размещение тестово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?

- a. Медийная реклама
- b. Всплывающие (pop-up) окна и spyware
- c. Контекстная реклама
- d. Поисковая реклама
- e. Геоконтекстная реклама
- f. Спам
- g. Вирусная реклама
- h. Индивидуальные письма
- j. Рассылки подписчикам
- i. Продакт-плейсмент в онлайн играх

13. Составляющими электронного бизнеса является?

- a. Электронная коммерция
- b. Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта
- c. Не один из вариантов не является составляющим электронного бизнеса
- d. Комплексная автоматизация деятельности предприятия

14. Какие существуют виды доставки товаров (услуг) купленных в интернет-магазине?

- a. Почта
- b. Электронная почта
- c. Не один из перечисленных
- d. Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)
- e. Собственная служба доставки
- f. Все перечисленные

15. B2G - это модель взаимодействия?

- a. Бизнес-государство
- b. Потребитель-бизнес
- c. Бизнес-бизнес
- d. Бизнес-потребитель
- e. Потребитель-государство
- f. Потребитель-потребитель

16. К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма не долгим.»?

- a. Черным способам раскрутки
- b. Серым способам раскрутки
- c. Белым способам раскрутки

17. «Вид рекламы чаще всего встречается в мобильных телефонах с учетом местоположения пользователя, а так же реклама на веб-картах», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?

- a. Геоконтекстная реклама
- b. Рассылки подписчикам
- c. Спам
- d. Вирусная реклама
- e. Индивидуальные письма
- f. Контекстная реклама
- g. Продакт-плейсмент в онлайн играх
- h. Медийная реклама
- i. Поисковая реклама
- j. Всплывающие окна

18. К какому виду интернет-аукциона относится данное утверждение: «Покупатель или продавец делают секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, которая предшествует максимальной»?

- a. Аукцион одновременного предложения
- b. Аукцион закрытых предложений
- c. Голландский аукцион
- d. Двойной аукцион
- e. Стандартный аукцион

19. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Возможность оперативного посещения сети центров виртуальной торговли весьма упрощен, использования электронных средств навигации, исключая необходимость физического посещения»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет-экономики

20. С2С – это модель взаимодействия?

- a. Потребитель-потребитель
- b. Бизнес-потребитель
- c. Потребитель-государство
- d. Бизнес-государство
- e. Бизнес-бизнес
- f. Потребитель-бизнес

21. Какая из категорий покупателей характеризуется как в основном люди около тридцати, женатые, имеющие детей. Они постоянные посетители сайтов, представляющих услуги по сравнению?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

- b. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- c. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- d. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

22. С2В – это модель взаимодействия?

- a. Потребитель-потребитель
- b. Бизнес-потребитель
- c. Потребитель-государство
- d. Бизнес-государство
- e. Бизнес-бизнес
- f. Потребитель-бизнес

A2. Вопросы для устного опроса

1. Мобильный маркетинг
2. Конверсия электронного предприятия
3. Механизмы повышения лояльности в электронном бизнесе
4. Медиаметрические и маркетинговые исследования в Интернет
5. Основные показатели оценки эффективности Интернет-рекламы.

A3. Комплект тематик для рефератов

1. Модели ценообразования
2. Особенности инвестирования электронных предприятий
3. Оценка стоимости электронных предприятий. Интеллектуальный капитал
4. Методики оценки эффективности инвестиций в электронный бизнес
5. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент»

Блок В. Типовые задания реконструктивного уровня («уметь»)

В.1 Типовые задачи

Задание. Анализ конкурентов

1. Сделайте список прямых конкурентов и товаров-заменителей;
2. заполните таблицу по конкурентам;
3. составьте карту позиционирования;
4. сформулируйте свое конкурентное преимущество;
5. найдите на их основе наиболее выгодное для себя позиционирование.

Шаблон «Анализ конкурентов и ответ компании»

Конкурент	Преимущества/недостатки	Важность для	Наш ответ

		потребителя		
К 1	Преимущества			
	Недостатки			
К 2	Преимущества			
	Недостатки			
К 3	Преимущества			
	Недостатки			
К 4	Преимущества			
	Недостатки			

Для выполнения данного задания студентам необходимо провести анализ конкурентов и заполнить таблицу «Анализ конкурентов и ответ компании». Важно, чтобы при заполнении колонки о важности, студенты опросили потребителей (минимум 5), а не делали это на основе своих представлений о них, ведь гипотезы студентов могут расходиться с реальностью.

Сначала составляется список преимуществ и недостатков конкурентов (варианты составления: на основе анализа отзывов, мозгового штурма, опроса потребителей —

что они считают преимуществами и недостатками), затем этот список предлагается потребителям с просьбой отметить, насколько данный параметр важен по шкале от 0 до 5, где 0 — совсем не важен, 5 — крайне важен.

Для записи результатов опроса по каждому из потребителей-респондентов удобно использовать следующую таблицу.

Таблица оценки важности преимуществ/недостатков продукта потребителем (для опроса/интервью)

От 0 до 5: 0 – совсем не важно, 5 – крайне важно

Преимущество/недостаток продукта	0	1	2	3	4	5
П1						
П2						
П3						
Н1						
Н2						
Н3						

После сбора ответов результаты суммируются, выводится среднее значение важности, которое и ставится в таблицу «Анализ конкурентов» в графу «Важность для потребителя».

В2. Комплект тематик для презентаций

1. Основные понятия, организационные аспекты, принципы рациональной организации бизнеса в интернет-среде
2. Специфика ведения бизнеса в условиях интернет-экономики
3. Основные бизнес-модели в условиях интернет-среды
4. Факторы, влияющие на развитие интернет-экономики
5. Специфика конкурентной среды на рынке электронной коммерции

Блок С. Типовые задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)

С1.Задание «кейс-стади»

Задание. Определение целевой аудитории.

1. Выделите три сегмента потребителей для своего продукта;
2. в каждом из сегментов составьте портрет потребителя (шаблон «Портрет потребителя»);
3. по каждому портрету:
 - проверьте характеристики портрета;
 - что является источником потребности в продукте?

- сформулируйте возможные решения.

При работе над каждым из портретов нужно провести не менее трех потребительских интервью

Шаблон «Портрет потребителя (B2C)»

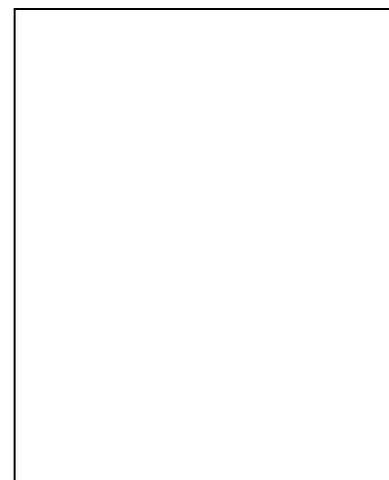
Имя

Должность

**или род
деятельности**

Возраст

Образование



Отношение

к Техногик Инноватор Раннее Позднее Консерватор
инновациям большинство большинство

Потребительский

стаж Новичок Продвинутый Эксперт

Тип Покупатель Пользователь

Роль в семье

Описание

Типичный день из жизни потребителя (проблемы, которые он испытывает)

О чем “болит голова”

Ситуация потребления продукта

Продукты–заменители, которые он уже использует

Ожидания от продукта

Что он читает в онлайн, оффлайн

Уровень доходов, возможность влиять на расходы.

Что мотивирует потребителя

Блок Д. Типовые задания для использования в рамках промежуточной аттестации

Д1.Перечень экзаменационных вопросов

1. Инструменты интернет-рекламы: Партнёрские программы
2. Классификация торговых интернет-систем
3. Интернет-магазин
4. Интернет-площадки
5. Электронная коммерция как часть организации бизнес-процесса (B2B)
6. Проблемы интеграции средств электронной коммерции в бизнес-процесс (B2C, B2B)
7. Внедрение систем электронной коммерции - оценка эффекта (B2C, B2B)
8. Схемы платежей в электронной коммерции (участники)
9. "Карточные" системы оплаты
10. Организационные модели торговых интернет-площадок
11. Структура торговой интернет-площадки
12. Оценка эффективности электронного магазина
13. Интернет-аукционы
14. Схема работы интернет - аукционов
15. Кластеры электронного бизнеса и бизнес-модели в Интернет.

Для проверки сформированности компетенции ПК-22: способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем

Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

1. Электронная коммерция – это:

а) установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а

также обмен коммерческой информацией;

б) наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники;

в) совокупность сведений, которая воспринимается из окружающей среды, выдается в окружающую среду или сохраняется внутри определенной системы;

г) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей.

2. Какой год принято считать официальной датой рождения Интернета?

а) 1983;

б) 1990;

в) 1977;

г) 2001.

3. Для предотвращения воздействия компьютерных вирусов используется:

а) внедрение электронной цифровой подписи;

б) установка антивирусных программ;

в) инструктаж пользователей;

г) кодирование данных.

4. Интернет представляет собой?

а) внутреннюю организацию компании на базе единой информационной сети;

б) совокупность соединенных между собой информационных серверов – компьютеров, на которых хранится различная информация, и самих пользователей этой информации;

в) программу, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы.

5. Электронный бизнес – это

а) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей;

б) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;

в) система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека.

6. К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:

а) государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение;

б) товары, услуги, информация;

в) финансовые институты, бизнес-организации.

7. К функциям электронной коммерции относится

а) представление товара (показ продукции средствами Интернета);

б) разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными;

в) проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);

г) налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).

8. Участниками систем электронной коммерции являются

а) покупатели или потребители услуг;

б) сеть Интернет;

в) исследование рынка, выполнение заказов.

9. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие

10. Что такое HTML?

- а) язык разметки и форматирования гипертекста на Web-странице;
- б) программа создания презентаций;
- в) язык программирования C++;
- г) текстовый процессор.

11. Онлайн-каталог – это

- а) любые организации, взаимодействующие через Интернет;
- б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров;
- в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности;
- г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети Интернет, позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам.

12. Форма электронной коммерции С2С – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие.

13. Форма электронной коммерции С2В – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие.

14. При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается

- а) открытым ключом;
- б) закрытым ключом;
- в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом.

15. Системы криптозащиты предназначены для

- а) ограничения доступа в сеть компании;
- б) обеспечения секретности данных;
- в) гарантии подлинности авторства информации.

A2. Вопросы для устного опроса

1. Поисковая оптимизация и контекстная реклама
2. SMM и SMO
3. Медийная реклама в Интернет
4. Партнерские программы и лидогенерация. Посадочные страницы.
5. E-mail реклама и вирусный маркетинг

А3. Комплект тематик для рефератов

1. Понятие и виды аутсорсинга. SLA.
2. Типовая структура телекоммуникационной платформы электронного предприятия
3. Виды хостинга, сравнительный анализ
4. Создание программной платформы электронного предприятия
5. Интернет-реклама и медиапланирование

Блок В. Типовые задания реконструктивного уровня («уметь»)

В.1 Типовые задачи

Задание 1. Создание идей из трендов.

Игра «Идея из трендов»

Цель игры: снять страх перед отсутствием идей мотивировать искать идеи, научить пользоваться инструментом поиска идей.

После рассказа про тренды, предлагается выбрать из них 5 трендов, которые студентам кажутся близкими и интересными.

Далее студенты делятся на группы по 3-4 человека. Идеи формируются на шаблоне.

Шаблон «Идея из трендов».

Перечислите 5 трендов, которые считаете релевантными вашей отрасли/компании:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

_____ идеи _____
(тренд) (тренд)

Новые продукты:

Задача: сочетать попарно тренды, которые они выбрали, и придумывать из их Сочетаний продукты (идеи для бизнеса). Выбирают на

их взгляд самую удачную и перспективную. Затем каждая группа представляет концепцию выбранной идеи перед всеми. На выступление от каждой группы дается 2 минуты (максимум – 5 минут).

Задание 2.

Придумайте идеи, выберите из них наиболее перспективную и сформулируйте ее.

Это станет тем проектом, с которым вы будете работать на протяжении всего курса. Оформите выбранную идею в соответствии с представленным шаблоном.

Шаблон «Формулирование идеи».

Я делаю проект _____
(название проекта)
который создает _____
(определение предложения клиентам)
помогающий _____
(описание аудитории)
Решать _____
(проблему)
при помощи _____
(технология)

В2. Комплект тематик для презентаций

1. Бизнес-модели информационно-справочных систем
2. Электронные финансовые структуры. Интернет-банкинг, Интернет-страхование, Интернет-трейдинг
3. Электронные предприятия в сфере розничных платежей
4. Электронная коммерция С2С
5. Мобильная коммерция

Блок С. Типовые задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)

С1.Задание «кейс-стади»

Задание. Анализ конкурентов

1. Сделайте список прямых конкурентов и товаров-заменителей;
2. заполните таблицу по конкурентам;
3. составьте карту позиционирования;
4. сформулируйте свое конкурентное преимущество;
5. найдите на их основе наиболее выгодное для себя позиционирование.

Шаблон «Анализ конкурентов и ответ компании»

Конкурент	Преимущества/недостатки	Важность для потребителя	Наш ответ
К 1	Преимущества		
	Недостатки		
К 2	Преимущества		
	Недостатки		
К 3	Преимущества		
	Недостатки		
К 4	Преимущества		
	Недостатки		

Для выполнения данного задания студентам необходимо провести анализ конкурентов и заполнить таблицу «Анализ конкурентов и ответ компании». Важно, чтобы при заполнении колонки о важности, студенты опросили потребителей (минимум 5), а не делали это на основе своих представлений о них, ведь гипотезы студентов могут расходиться с реальностью.

Сначала составляется список преимуществ и недостатков конкурентов (варианты составления: на основе анализа отзывов, мозгового штурма, опроса потребителей — что они считают преимуществами и недостатками), затем этот список предлагается потребителям с просьбой отметить, насколько данный параметр важен по шкале от 0 до 5. Где 0 — совсем не важен, 5 — крайне важен.

Для записи результатов опроса по каждому из потребителей-респондентов удобно использовать следующую таблицу.

**Таблица оценки важности преимуществ/недостатков продукта
потребителем (для опроса/интервью)**

От 0 до 5: 0 – совсем не важно, 5 – крайне важно

Преимущество/недостаток продукта	0	1	2	3	4	5
П1						
П2						
П3						
Н1						
Н2						
Н3						

После сбора ответов результаты суммируются, выводится среднее значение важности, которое и ставится в таблицу «Анализ конкурентов» в графу «Важность для потребителя».

**Блок Д. Типовые задания для использования в рамках
промежуточной аттестации**

Д1.Перечень экзаменационных вопросов

1. Характеристики основных конкурентных сил на рынке электронной коммерции
2. Классификация, модели веб-сайтов
3. Интерактивная торговая система
4. Этапы разработки веб-сайта
5. Первоначальное продвижение сайта
6. Оценка эффективности веб-сайта фирмы
7. Ценовые модели размещения рекламы
8. Инструменты интернет-рекламы: баннерная реклама
9. Инструменты интернет-рекламы: Регистрация в поисковых системах и каталогах
10. Инструменты интернет-рекламы: Реклама с использованием электронной почты

РАЗДЕЛ 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся очной формы обучения.

Итоговая оценка сформированности компетенции обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенции по дисциплине складывается из двух составляющих:

✓ первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенции в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой дисциплины, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

✓ вторая составляющая – оценка сформированности компетенции обучающихся на зачете (максимум – 20 баллов)

Для студентов заочной формы обучения применяются 4-балльная и бинарная шкалы оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

уровни освоения компетенций	продвинутый уровень	базовый уровень	пороговый уровень	допороговый уровень
100 – балльная шкала	85 и \geq	70 – 84	51 – 69	0 – 50
Бинарная шкала	«зачтено»			«не зачтено»

Шкала оценок при текущем контроле успеваемости по различным показателям

<i>Показатели оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>
Выполнение лабораторной работы	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Тестирование	0-30	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

Решение задач (кейсов)	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Проведение опроса	0-5	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Подготовка презентации	0-5	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Подготовка и защита реферата	0-5	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Участие в деловой игре	0-5	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций
по текущему контролю успеваемости**

Баллы	Оценка	Уровень освоения компетенций	Критерии оценивания
0-50	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины
51-69	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Не менее 50% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены без существенных ошибок
70-84	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающимся выполнено не менее 75% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, или при выполнении всех заданий допущены незначительные ошибки; обучающийся показал владение навыками систематизации материала и применения его при решении практических заданий; задания выполнены без ошибок
85-100	«отлично»	Продвинутый	100% заданий, подлежащих текущему

		уровень	контролю успеваемости, выполнены самостоятельно и в требуемом объеме; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и применять его при решении практических заданий; задания выполнены с подробными пояснениями и аргументированными выводами
--	--	---------	--

Шкала оценок по промежуточной аттестации

<i>Наименование формы промежуточной аттестации</i>	<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>
Зачет	0-20	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций по промежуточной аттестации обучающихся

<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>	<i>Уровень освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания</i>
0-9	«не зачтено»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; обучающийся не смог ответить на вопросы
10-14	«зачтено»	Пороговый уровень	Обучающийся дал неполные ответы на вопросы, с недостаточной аргументацией, практические задания выполнены не полностью, компетенции, осваиваемые в процессе изучения дисциплины сформированы не в полном объеме.
15-17	«зачтено»	Базовый уровень	Обучающийся в целом приобрел знания и умения в рамках осваиваемых в процессе обучения по дисциплине компетенций; обучающийся ответил на все вопросы, точно дал определения и понятия, но затрудняется подтвердить теоретические положения практическими примерами; обучающийся показал хорошие знания по предмету, владение навыками

			систематизации материала и полностью выполнил практические задания
18-20	«зачтено»	Продвинутый уровень	Обучающийся приобрел знания, умения и навыки в полном объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; терминологический аппарат использован правильно; ответы полные, обстоятельные, аргументированные, подтверждены конкретными примерами; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и выполняет практические задания с подробными пояснениями и аргументированными выводами

РАЗДЕЛ 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций

Устная форма позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Проводятся преподавателем с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитана на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

На опрос студентов отводится 15 минут. За ответ на теоретические вопросы студент может получить максимально 5 баллов. Если полно и аргументировано отвечает по содержанию задания, излагает материал последовательно и правильно – 10 баллов. Излагает материал последовательно и правильно, но допускает некоторые неточности – 7 баллов. Излагает материал непоследовательно и неполно и допускает ошибки – 4 балла. Хаотично излагает материал, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал – 1 балл.

Оценивание ответов на устные вопросы

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
5	«отлично»	1. Полнота данных ответов; 2. Аргументированность данных	Полно и аргументировано даны ответы по содержанию задания. Обнаружено понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на

		ответов; 3. Правильность ответов на вопросы; и т.д.	практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные. Изложение материала последовательно и правильно.
3-4	«хорошо»		Студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
1-2	«удовлетворительно»		Студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
0	«неудовлетворительно»		Студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Тестирование проводится на семинарских занятиях. Самостоятельное выполнение обучающимся учебной группы в течение 30 минут индивидуального тестового задания.

Цель блока - формирование инструментальной компетенции использовать знания базового аппарата дисциплины для решения конкретных задач, самостоятельного приобретения знаний данной дисциплины в условиях повышения личностной мотивации выполнения работы.

Образовательными задачами блока являются:

- глубокое изучение лекционного материала, изучение методов работы с учебной литературой, получение персональных консультаций у преподавателя;
- решение спектра прикладных задач, в том числе профессиональных;
- работа с организационно - управленческими документами

Методика оценивания выполнения тестов

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
25-30	«отлично»	1. Полнота выполнения тестовых заданий;	Выполнено 90-100 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос
19-24	«хорошо»	2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы;	Выполнено 80-89 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
6-18	«удовлетворительно»	4. Самостоятельность тестирования;	Выполнено 51-79 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
0-5	«неудовлетворительно»	5. и т.д.	Выполнено 0-50% заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях)

Метод кейсов способствует развитию у обучающихся самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументировано высказать свою. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Метод case-study или метод конкретных ситуаций представляет собой метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач, ситуаций (выполнения кейс-заданий) Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях.

Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи. Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ним.

На решение кейс-заданий отводится 45 минут. Студент может получить максимально 20 баллов. Кейс-задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения – 20 баллов. Кейс-задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены – 15 баллов.

Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения, Излагает материал непоследовательно и неполно и допускает ошибки – 9 баллов. Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе – 3 баллов.

Методика оценивания выполнения кейс-задач

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
8-10	«отлично»	1. Полнота решения кейс-задач; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; и т.д.	Основные требования к решению кейс-задач выполнены. Продемонстрированы умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количество решений, умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации,

		навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;
5-7	«хорошо»	Основные требования к решению кейс-задач выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, недостаточно раскрыты навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки, креативности, нестандартности предлагаемых решений
2-4	«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от решения кейс-задач. В частности отсутствуют навыки умения моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат
0-1	«неудовлетворительно»	Задача кейса не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы

Лабораторная работа — это форма организации учебного процесса, когда обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно разрабатывают приложения, осуществляют настройку подсистемы безопасности, проводят измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных лабораториях. Продолжительность - не менее двух академических часов. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы.

Содержание лабораторного занятия определяется перечнем формируемых компетенций по конкретной учебной дисциплине, а также характеристикой профессиональной деятельности выпускников, требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы.

Защита лабораторной работы позволяет оценить умение и владение обучающегося излагать суть поставленной задачи, применять стандартные

методы решения задачи с использованием имеющейся лабораторной базы, проводить анализ результата работы.

Методика оценивания выполнения лабораторных работ

<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
8-10	«отлично»	Полнота выполнения лабораторной работы; Своевременность выполнения задания; Последовательность и рациональность	Выполнены все задания лабораторной работы, студент четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы
5-7	«хорошо»	выполнения задания; Самостоятельность решения; и т.д.	Выполнены все задания лабораторной работы; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
2-4	«удовлетворительно»		Выполнены все задания лабораторной работы с замечаниями; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.
0-1	«неудовлетворительно»		Задание не выполнено

Тема реферата выбирается студентом самостоятельно из предложенного списка с учетом минимизации количества повторений выбранных тем. Написание реферата отводится одна неделя. Реферат оформляется согласно действующим в Дагестанском государственном университете народного хозяйства требованиям к оформлению письменных работ. Объем представленного реферата должен быть не менее 10 страниц машинописного текста без учета титульного листа.

Публичная защита реферата проводится в присутствии остальных студентов, защищающих рефераты. На выступление отводится не более 5 минут. Во время выступления студент должен обозначить основную цель реферата, а также цельно сформулировать базовую идею, отраженную в реферате.

Методика оценивания выполнения рефератов

<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
5	«отлично»	1. Полнота выполнения рефератов; 2. Своевременность выполнения;	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично

		3. Четкость изложения идеи реферата во время защиты.	изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, четкое и последовательное выступление во время защиты.
3-4	«хорошо»		Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; выступление во время защиты требует дополнительных вопросов.
1-2	«удовлетворительно»		Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы во время выступления.
0	«неудовлетворительно»		Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, не проведена защита реферата.

Тема презентации выбирается студентом самостоятельно из предложенного списка с учетом минимизации количества повторений выбранных тем. На подготовку презентации отводится одна неделя.

Публичная презентация проводится в присутствии остальных студентов. На выступление отводится не более 5 минут. Во время выступления студент должен обозначить основную цель презентации, а также четко сформулировать базовую идею.

Методика оценивания выполнения презентаций

<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
5	«отлично»	4. Полнота выполнения; 5. Своевременность выполнения; 6. Четкость изложения идеи презентации во время защиты.	Выполнены все требования к подготовке презентации: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, четкое и последовательное выступление во время

			демонстрации.
3-4	«хорошо»		Основные требования к подготовке презентации выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем презентации; имеются упущения в оформлении; выступление во время демонстрации требует дополнительных вопросов.
1-2	«удовлетворительно»		Имеются существенные отступления от требований к презентации. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании презентации или при ответе на дополнительные вопросы во время выступления.
0	«неудовлетворительно»		Тема презентации не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, не проведена демонстрация презентации.

**Лист актуализации оценочных материалов по дисциплине
«Электронный бизнес»**

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 22 » мая 2018 г. № 10

Зав. кафедрой В. Ганзев В.С.

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 20 » мая 2019 г. № 10

Зав. кафедрой В. Ганзев В.С.

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 30 » июня 2020 г. № 12

Зав. кафедрой В. Ганзев В.С.

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « » _____ 20 г. № _____

Зав. кафедрой _____
