Частное образовательное учреждение высшего образования

Приамурский институт агроэкономики и бизнеса

Кафедра информационных технологий и математики

«УТВЕРЖДЕН»
на заседании кафедры
«24» декабря 2015 г.
протокол № 18
Заведующий кафедрой

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Электронный бизнес»

Уровень высшего образования:

БАКАЛАВРИАТ

направление подготовки:
38.03.01 Экономика

профиль подготовки: **Финансы и кредит**

Форма обучения: заочная

Хабаровск
2015 г.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Электронный бизнес»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Теоретические основы электронного бизнеса.	ОК-1, ПК-4	Опрос
2	Стандарты электронного бизнеса.	ОК-2, ПК-9	Тест
3	Системы электронного бизнеса.	ОК-4, ОПК-2	Контрольная работа Опрос
4	Управление проектами в электронном бизнесе.	ОПК-2, ПК-8	Опрос
5	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	ПК-8	Опрос
6	Электронные платежные системы.	ПК-9, ПК-10	Опрос

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»

Тема1. Теоретические основы электронного бизнеса.

1. Понятие и предметная область электронной коммерции.
2. Основные модели отношений между участниками процесса электронной коммерции.
3. Отличие организационных форм, инструментов и методов ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности.
4. Основные изменения механизмов проведения торговой операции в связи с внедрением технологий электронной коммерции.

Тема 2. Стандарты электронного бизнеса.

1. Каковы назначение и основные компоненты стандартов ЭДИФАКТ?
2. Что определяет стандарт UDDI?
3. Перечислите основные правовые проблемы, возникающие при заключении договоров с использованием Интернета.
4. Укажите назначение прокси-сертификата ЭЦП.
5. Опишите участников электронной торговли и их функции согласно протоколу открытой торговли в Интернете.
6. Дайте краткую характеристику стандарта «Открытые приобретения в Интернете» (OBI).
7. Примеры классификаторов, которые необходимо использовать в системах электронной коммерции.
8. Общая характеристика классификатора ТН ВЭД.

Тема 3. Системы электронного бизнеса.

1. Понятие торгово-закупочной B2B-системы.
2. Основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B.
3. Понятие системы управления закупками (e-procurement).
4. Работа системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система).
5. Работа системы управления продажами (e-distribution).
6. Работа системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система).
7. Электронный каталог, электронный аукцион, электронная торговая площадка, электронная биржа.
8. Услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками.
9. Основные различия систем MRP и MRP II.
10. Понятие ERP-система. Преимущества и недостатки использования ERP-систем.
11. Понятие CSRP-система.

12. Основные различия систем электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) от систем электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).

13. Основные разновидности систем розничной продажи товаров в Интернете.

14. Определение понятия интернет-магазин. Технология создания интернет-магазина, приобретения товаров в интернет-магазине.

15. Интернет-страхование, интернет-трейдинг.

16. Ключевые характеристики P2P-систем.

Тема 4. Управление проектами в электронном бизнесе.

1. Мошенничество в Интернете: основные определения и отличительные черты.

2. Понятие киберпреступности.

3. Виды компьютерных преступлений.

4. Способы защиты от киберпреступности.

5. Технологии электронной коммерции ближайшего будущего. Основные направления развития.

Тема 5. Электронный рынок и модели взаимодействия его участников.

1. Услуги Интернета.

2. Банковские услуги в Интернете.

3. Туристические услуги.

4. Интернет - страхование.

5. Дистанционное обучение в Интернете.

6. Коммуникативные услуги в Интернете.

7. Электронная реклама.

8.Маркетинговые информационные системы.

Тема 6. Электронные платежные системы.

1. История развития платежных систем.

2. Особенности транзакций в Интернет.

3. Требования к платежным системам.

4. Интернет-платежных системы для текущих и оптовых платежей. Виды платежных средств, используемые в Интернет.

5. Организация расчетов в Интернет с использованием магнитных кредитных и дебетовых карт.

6. Протокол SET и его модификации. Расчеты электронными чеками и их особенности.

7. Смарт-карты, их виды и особенности.

8. Спецификация EMV.

9. Организация расчетов с использованием «электронных кошельков».

10. Спецификация CEPS. Расчеты электронными наличными.

11. Инструменты микроплатежей.
12. Платежные системы второго поколения.
13. Электронный сервис: синхронный и асинхронный.
14. Российские и международные платежные системы: структура и виды.
15. Методы обеспечения безопасности платежных систем.
16. Основные принципы внедрения платежных систем в электронную коммерцию.

Тест № 1

1) Доменный адрес – это:
   a) Символьный адрес;
   b) Универсальный адрес;
   c) Домашний адрес.
2) Анонимная торговая площадка, позволяющая осуществлять куплю-продажу товаров – это:
   a) Интернет –аукцион;
   b) Интернет –биржа;
   c) Интернет –банк;
   d) Интернет –магазин.
3) Блок информации, содержащий серийный номер и её достоинство- это
   a) электронная банкнота;
   b) смарт карта;
   c) денежная купюра.
4) Сайт, на котором пользователи имеют возможность осуществлять весь комплекс торгово-закупочной деятельности – это:
   a) Интернет –аукцион;
   b) Интернет –магазин;
   c) Электронный бизнес;
   d) Торговая площадка.
5) Цена товара на бирже определяется:
   a) Качеством товара;
   b) Спросом и предложением;
   c) Количеством товара.
6) Первый интернет- магазин появился в …
   a) 1962 году;
   b) 1995 году;
   c) 1992 году;
   d) 1965 году.
7) Какие особые качества присущи цифровым продуктам:
   a) Неразрушимость;
   b) Изменяемость;
   c) Воспроизводимость;
   d) Все вышеперечисленные.
8) Пример IP-адреса:
   a) fobos@mail.ru
   b) 193.29.137.31
   c) http://www.yandex.ru
9) Протокол IP обеспечивает:
   a) службу WWW;
   b) работу электронной почты;
   c) маршрутизацию пакетов информации в сети;
   d) передачу данных в глобальной вычислительной сети;
   e) прием информации в сети Интернет.
10) Год создания Интернета:

a) 1969;
b) 1988;
c) 1992.

11) Электронная коммерция:
a) Бизнес, основанный на информационных технологиях;
b) Реальные взаимодействия, осуществляемые с помощью электронных коммуникаций;
c) Комплекс, построенный на базе отдельного элемента инфраструктуры производственного объекта.

12) Торговый сайт компании среднего бизнеса, объем продаж больше, чем у web-витрин, а количество товара от сотен до тысяч – это…
a) Интернет-банк;
b) Интернет-магазин;
c) Сайт-агрегатор.

13) Существует ли единый центр управления Интернет?
a) нет;
b) да;
c) существует несколько центров.

14) Российская платежная система:
a) E-Gold;
b) PayPal;
c) QIWI;
d) WebMoney.

15) Что означает B2C?
a) Это коммерция между физическими лицами;
b) Оплата различных штрафов и платежей.
c) Это коммерция между юридическим лицом и физическим лицом.

16) Укажите навязчивые типы рекламы:
a) E-mail рассылки;
b) Баннеры;
c) Текстовая реклама;
d) Спам.

17) Что не относится к коммерции между физическими лицами:
a) Сайт-агрегатор;
b) Интернет-магазин;
c) Аукцион.

18) Виды бирж:
a) Валютные, банковские, сырьевые.
b) Электронные, фондовые, валютные;
c) Валютные, сырьевые, фондовые.

19) Аукцион, где ставки делаются на понижение:
a) Английский (Прямой);
b) Голландский;
c) Аукцион Викри.

20) Сайт – это:
a) Страница в глобальной сети;

b) Группа страниц, связанных тематикой и гиперссылками;
c) Рекламный носитель.

Критерий оценивания:

«Зачтено» - при правильном ответе более чем на 10 вопросов;

«Не зачтено» - при правильном ответе менее чем на 10 вопросов.

Тест № 2

1) Протокол TCP обеспечивает:
   a) сеансовую связь между двумя узлами в сети Интернет;
   b) управление передачей пакетов данных;
   c) однозначную адресацию компьютеров в сети;
   d) маршрутизацию пакетов.
2) Первый интернет- магазин появился в …
   a) 1962 году;
   b) 1995 году;
   c) 1992 году;
   d) 1965 году.
3) Сайт – это:
   a) Страница в глобальной сети;
   b) Группа страниц, связанных тематикой и гиперссылками;
   c) Рекламный носитель.
4) Анонимная торговая площадка, позволяющая осуществлять куплю-продажу товаров – это:
   a) Интернет –аукцион;
   b) Интернет –биржа;
   c) Интернет –банк;
   d) Интернет –магазин.
5) Сайт, на котором пользователи имеют возможность осуществлять весь комплекс торгово-закупочной деятельности – это:
   a) Интернет –аукцион;
   b) Интернет –магазин;
   c) Электронный бизнес;
   d) Торговая площадка.
6) Цена товара на бирже определяется:
   a) Качеством товара;
   b) Спросом и предложением;
   c) Количеством товара.
7) Баннер – это:
   a) Область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементами, формированием уникального имиджа фирмы;
   b) Часть сети Интернет, в которую можно попасть, набрав ее адрес.
   c) Рекламный носитель, представляющий собой мульти-медийный файл, помещаемый на Web-страницу издателя и имеющий ссылку на Web-сайт рекламодателя.
8) Электронные платежные системы должны обладать следующими качествами:
   a) конфиденциальностью;
   b) аутентификацией;
   c) безопасностью;
   d) всем выше перечисленным.
9) Для чего используются DNS-имена?
   a) для адресации компьютеров в форме, удобной для человека;
   b) для указания адреса электронной почты;
   c) в качестве имен файлов;

d) для систематизации информации в сети Итнернет.

10) Первый Интернет-магазин:
    a) BIZON;
    b) AMAZON;
    c) UNITAZON.
11) Можно ли товар из интернет-магазина получить по электронной почте:
    a) Нет;
    b) Да;
    c) Не знаю.
12) Электронная коммерция:
    a) Бизнес, основанный на информационных технологиях;
    b) Реальные взаимодействия, осуществляемые с помощью электронных коммуникаций;
    c) Комплекс, построенный на базе отдельного элемента инфраструктуры производственного объекта.
13) WWW – это:
    a) универсальная система управления доступа к файлам в Интернет;
    b) служба электронной почты;
    c) служба Интернет, обеспечивающая обмен гипертекстовыми документами;
    d) служба, отвечающая за доступ к данным по протоколу FTP://.
14) Какие из факторов являются преимуществом интернет коммерции
    a) Цена
    b) Время
    c) прямой контакт
    d) все вышеперечисленное:
15) Что означает B2G?
    a) Это коммерция между юридическим лицом и государственным учреждением.
    b) Это коммерция между физическими лицами;
    c) Оплата различных штрафов и платежей.
16) Торговый сайт компании среднего бизнеса, объем продаж больше, чем у web-витрин, а количество товара от сотен до тысяч – это…
    a) Интернет-банк;
    b) Интернет-магазин;
    c) Сайт-агрегатор.
17) Что относится к коммерции между физическими лицами:
    a) Сайт-агрегатор;
    b) Интернет-магазин;
    c) Аукцион.
18) Виды бирж:
    a) Валютные, банковские, сырьевые.
    b) Электронные, фондовые, валютные;
    c) Валютные, сырьевые, фондовые.
19) Аукцион, где ставки делаются на повышение:
    a) Английский;
    b) Голландский;
    c) Аукцион Викри.
20) Виртуальное сообщество — это:

a) электронный каталог;
b) электронный аукцион;
c)объединение, в котором покупатели организуются по группам интересов.

21) Эффективность баннерной рекламы оценивается следующими параметрами:
a) количеством показов;
b) количеством проходов;
c) всем вышеперечисленным;
d) ни чем из вышеперечисленного.

Критерий оценивания:

«Зачтено» - при правильном ответе более чем на 11 вопросов;

«Не зачтено» - при правильном ответе менее чем на 11 вопросов.

Тест № 3

1) Web-сайт, содержащий несколько электронных магазинов и каталогов, который расположен под известной торговой маркой и использующий систему защиты платёжных транзакций, – это
   a) электронная торговая площадка;
   b) электронный аукцион;
   c) электронный магазин;
   d) электронный торговый центр

2) Электронная коммерция оказывает влияние
   a) на сокращение запасов;
   b) расширение рынка труда;
   c) снижение экспортного капитала.

3) Провайдер интернет-услуг – это
   a) коммерческая фирма, обеспечивающая доступ в Интернет за плату;
   b) коммерческая или некоммерческая фирма, управляющая web-страницами;
   c) коммерческая фирма, обеспечивающая доступ в Интернет и оказывающая основные и дополнительные услуги.

4) Баннер – это:
   a) Область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементами, формированием уникального имиджа фирмы;
   b) Часть сети Интернет, в которую можно попасть, набрав ее адрес.
   c) Рекламный носитель, представляющий собой мульти-медийный файл, помещаемый на Web-страницу издателя и имеющий ссылку на Web-сайт рекламодателя.

5) В каком сегменте рынка обычно продаются товары производственно-технического назначения?
   a) B2B;
   b) B2C;
   c) C2B

6) Пример URL-адреса:
   a) fobos@mail.ru
   b) 193.29.137.31
   c) http://www.yandex.ru/111/referat.htm

7) Что означает B2G?
   a) Это коммерция между юридическим лицом и государственным учреждением.
   b) Это коммерция между физическими лицами;
   c) Оплата различных штрафов и платежей.

8) Что относится к коммерции между физическими лицами:
   a) Сайт-агрегатор;
   b) Интернет-магазин;
   c) Аукцион.

9) Виды бирж:
   a) Валютные, банковские, сырьевые.
   b) Электронные, фондовые, валютные;
   c) Валютные, сырьевые, фондовые.

10) Специальные службы, предназначенные для управления банковским счетом – это
   a) электронные платёжные системы;
   b) системы интернет-банкинга;
   c) системы платежей при помощи кредитных карт.

11) Какая категория потребительских товаров обладает высокой степенью продаж через Интернет?
    a) товары особого спроса;
    b) товары повседневного спроса;
    c) товары пассивного спроса;
    d) товары предварительного выбора.

12) Титульные знаки» – это
    a) внутренние электронные деньги;
    b) банковские карты;
    c) электронные чеки.

13) Особенности электронных платёжных систем
    a) небольшие комиссии;
    b) территориальная ограниченность;
    c) безопасность платежей.

14) Электронная цифровая подпись – это
    a) реквизит электронного документа;
    b) программное средство;
    c) уникальная последовательность символов.

15) Какой элемент электронного пространства доминирует в электронной коммерции?
    a) B2C;
    b) C2B;
    c) B2B;
    d) B2G.

16) К какому виду информационных продуктов относятся музыка, программное обеспечение и т.п.?
    a) физический товар;
    b) электронный продукт;
    c) информационная услуга.

17) От чего зависит использование Интернета в сегменте B2B?
    a) от величины фирмы;
    b) от отраслевой направленности;
    c) от законодательного регулирования;
    d) от величины преимуществ для потребителей.

18) Когда используется оплата покупки в момент получения
    a) при доставке курьером;
    b) при доставке экспресс-почтой;
    c) при доставке по почте наложенным платежом.

19) Обменные сервисы используются
    a) для перевода средств;
    b) обмена различных титульных знаков;
    c) авторизации операций.

20) К преимуществам работы через систему интернет-банкинга относят:
    a) он-лайновый режим обмена информацией;
    b) оперативность;
    c) делимость.

21) Как пересылаются данные в Интернет?
    a) файлами;
    b) килобайтами;
    c) байтами;

d) пакетами.

Критерий оценивания:

«Зачтено» - при правильном ответе более чем на 11 вопросов;

«Не зачтено» - при правильном ответе менее чем на 11 вопросов.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Основные концепции, особенности, терминология электронного бизнеса.
2. История информационного общества.
3. Субъекты электронного бизнеса.
4. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса.
5. Особенности товаров и услуг на электронном рынке.
6. Электронный офис компании. Сайт как главный бренд электронной компании.
7. Мультимедийные презентации.
8. Интернет-магазин, его структура и функции.
9. Проблемы электронных платежей в России.
10. Вопросы безопасности электронного бизнеса.
11. Методы криптографии.
12. Цифровая подпись. Кризисное управление бизнесом в Интернете. Электронные инвестиции.
13. Электронная услуга. Электронный образовательный рынок. Электронный рынок развлечений.
14. Электронный рынок туристических продуктов. Технологии создания веб-приложений для электронного бизнеса.
15. Скрипты, работающие на сторонах клиента и сервера. Базы данных. Принципы построения и оформления современных корпоративных веб-сайтов на основе html.
16. Программные средства создания фронт-офиса и бек-офиса электронного предприятия.
17. Принципы организации и использования интерактивных графических и видео материалов в современных прикладных информационных системах, ориентированных на решении задач электронного бизнеса.