

Частное образовательное учреждение высшего образования
Приамурский институт агроэкономики и бизнеса

Кафедра информационных технологий и математики



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Электронный бизнес»

Уровень высшего образования:
БАКАЛАВРИАТ

направление подготовки:
38.03.02. Менеджмент
профиль подготовки: **Логистика**

Форма обучения: заочная

Хабаровск
2016 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.	ПК-17, ПК-18	Опрос
2	Стандарты электронного бизнеса.		Тест
3	Системы электронного бизнеса.		Контрольная работа Опрос
4	Управление проектами в электронном бизнесе.		Опрос
5	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников		Опрос
6	Электронные платежные системы.		Опрос

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»

Тема 1. 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» (ОВИ).
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 торговой-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 Интернет.
- 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-лайнный 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.

