

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина»

КАФЕДРА «ЭЛЕКТРОННЫЕ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ МАШИНЫ»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
«Электронная коммерция»**

Направление подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика

ОПОП академического бакалавриата

«Бизнес-информатика»

Квалификация (степень) выпускника — бакалавр

Форма обучения — очная

Рязань, 2020 г.

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (практических заданий, описаний форм и процедур проверки), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части ОПОП.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и владений, приобретенных обучающимся в процессе изучения дисциплины, целям и требованиям ОПОП в ходе проведения промежуточной аттестации.

Основная задача – обеспечить оценку уровня сформированности компетенций, закрепленных за дисциплиной.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Форма проведения зачета – тестирование и письменный опрос по теоретическим вопросам.

2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность каждой компетенции (или ее части) в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- 1) пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- 2) продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенций по завершении освоения дисциплины;
- 3) эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенций и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

Уровень освоения компетенций, формируемых дисциплиной:

Описание критериев и шкалы оценивания тестирования:

Шкала оценивания	Критерий
3 балла (эталонный уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 85 до 100%
2 балла (продвинутый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 70 до 84%
1 балл (пороговый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 50 до 69%
0 баллов	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 0 до 49%

Описание критериев и шкалы оценивания теоретического вопроса:

Шкала оценивания	Критерий
3 балла (эталонный уровень)	выставляется студенту, который дал полный ответ на вопрос, показал глубокие систематизированные знания, смог привести примеры, ответил на дополнительные вопросы преподавателя
2 балла (продвинутый уровень)	выставляется студенту, который дал полный ответ на вопрос, но на некоторые дополнительные вопросы преподавателя ответил только с помощью наводящих вопросов
1 балл (пороговый уровень)	выставляется студенту, который дал неполный ответ на вопрос в билете и смог ответить на дополнительные вопросы только с помощью преподавателя
0 баллов	выставляется студенту, который не смог ответить на вопрос

На промежуточную аттестацию выносятся тест и два теоретических вопроса. Максимально студент может набрать 9 баллов. Итоговый суммарный балл студента, полученный при прохождении промежуточной аттестации, переводится в традиционную форму по системе «зачтено», «не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который набрал в сумме не менее 3 баллов (выполнил все задания на пороговом уровне).

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который набрал в сумме менее 3 баллов.

3 ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Вид, метод, форма оценочного мероприятия
Раздел 1.	ОПК-1	Зачет
Раздел 2.	ОПК-1	Зачет
Раздел 3.	ОПК-1	Зачет
Раздел 4.	ОПК-1	Зачет

4 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Типовые тестовые вопросы

1. Дайте определение понятий «сетевая экономика», «электронный бизнес», «электронная коммерция». Как соотносятся понятия «бизнес» и «коммерция». В чём отличие электронной коммерции от электронного бизнеса?

2. Какие основные этапы развития и факторы становления электронной коммерции вы можете выделить?

3. Что относится к субъектам и объектам электронной коммерции?

4. Что входит в понятие B2B сегмента электронной коммерции, каковы перспективы его развития в России?

5. Какие факторы являются определяющими в развитии B2C сегмента электронной коммерции?

6. Каким образом взаимодействуют бизнес и граждане с государством с точки зрения электронной коммерции (сегменты B2A, B2G, C2A, C2G)?

7. Какие основные операции включает системы интернет-банкинга?

8. Какие достоинства и недостатки вы можете выделить при осуществлении расчётов в кредитной системе?

9. Каким образом осуществляются расчёты в платёжной интернет-системе?

10. В чём состоит суть интернет-маркетинга? Перечислите инструменты интернет-маркетинга.

11. Охарактеризуйте особенности брэндинга в среде Интернета.

12. Дайте определение понятию «реклама в Интернете», раскройте особенности рекламы в Интернете.

13. В чём суть понятия эффективности ЭК? Термины и их определения?

Типовые задания

Испанский туристический портал

Испанский туристический портал аккумулирует информацию и создаёт каталог

сведений о туристических услугах в стране, собранных с web-узлов и баз данных семнадцати автономных региональных администраций и сотен органов местной власти, а также частных туроператоров, турагентов, частных отелей, ресторанов и других туристических компаний. Это «фабрика контента» предлагает информацию и услуги на девяти языках и в разнообразных форматах, включая мультимедиа и трёхмерные виртуальные туры.

Портал предоставляет туристам единый инструмент для планирования туров и заказов билетов, а также позволяет создать личную «Книгу путешественника», которую можно переслать в электронном виде либо на свой персональный цифровой органайзер (PDA-устройство), либо по электронной почте друзьям или турагентам. Сеть электронной коммерции способствует установлению взаимных связей и организации взаимодействия типа B2B между компаниями туристического сектора, позволяя им объединить усилия по продвижению регионального туризма и наладить обмен данными с другими вертикальными и горизонтальными порталами – от муниципальных web-узлов до коммерческих порталов. Дополнением к туристическому portalу служит Интранет, обеспечивающий поддержку государственных турагентств.

Вопросы по ситуации

1. Можно ли рассматривать данный портал как сетевое благо, почему?
2. К какому сегменту электронной коммерции относится данный тип коммуникаций?
3. Как новые технические возможности влияют на поведение потребителей?

Типовые тестовые вопросы

1. Рост эффективности производства в сферах, связанных с новыми технологиями, привёл

- А) к падению цен на компьютеры;
- Б) появлению мобильной коммерции;
- В) появлению альтернативных вариантов доступа в Сеть.

2. Какая категория потребительских товаров обладает высокой степенью продаж через Интернет?

- А) товары особого спроса;
- Б) товары повседневного спроса;
- В) товары пассивного спроса;
- Г) товары предварительного выбора.

3. К какому типу электронной коммерции относится электронный аукцион?

- А) B2B;
- Б) B2C;
- В) C2C.

4. Провайдер интернет-услуг – это

- А) коммерческая фирма, обеспечивающая доступ в Интернет за плату;
- Б) коммерческая или некоммерческая фирма, управляющая web-страницами;
- В) коммерческая фирма, обеспечивающая доступ в Интернет и оказывающая основные и дополнительные услуги.

5. Специальные службы, предназначенные для управления банковским счетом – это

- А) электронные платёжные системы;

- Б) системы интернет-банкинга;
- В) системы платежей при помощи кредитных карт.

6. Характерные особенности систем платежей при помощи кредитных карт

- А) низкие комиссии за транзакции;
- Б) невозможность поведения микроплатежей;
- В) позволяют проводить только снятие денег с карточки.

7. «Титульные знаки» – это

- А) внутренние электронные деньги;
- Б) банковские карты;
- В) электронные чеки.

8. Web-сайт, содержащий несколько электронных магазинов и каталогов, который расположен под известной торговой маркой и использующий систему защиты платёжных транзакций, – это

- А) электронная торговая площадка;
- Б) электронный аукцион;
- В) электронный магазин;
- Г) электронный торговый центр.

9. WMZ – это эквивалент

- А) российского рубля;
- Б) золота;
- В) доллара США.

10. Электронная цифровая подпись – это

- А) реквизит электронного документа;
- Б) программное средство;
- В) уникальная последовательность символов.

11. ЭЦП в электронном документе и собственноручная подпись в бумажном документе

- А) равнозначны всегда;
- Б) равнозначны при определённых условиях;
- В) неравнозначны.

12. Электронная коммерция оказывает влияние

- А) на сокращение запасов;
- Б) расширение рынка труда;
- В) снижение экспортного капитала.

13. Киберсантинг – это часть электронной коммерции, которая основана

- А) на продажах через сотовые телефоны;
- Б) на продажах в Сети исключительно цифровых продуктов;
- В) на продаже товаров и услуг с оплатой через интернет-системы.

14. Когда используется оплата покупки в момент получения?

- А) при доставке курьером;

- Б) при доставке экспресс-почтой;
- В) при доставке по почте наложенным платежом.

15. Документ, содержащий информацию об операции при оплате через кредитную карту – это

- А) импринтер;
- Б) слип;
- В) эквайер.

16. Электронное устройство для считывания информации с чипа карты и связи с банком для авторизации операции по карте – это

- А) слип;
- Б) ПОС-терминал;
- В) импринтер.

17. Обменные сервисы используются

- А) для перевода средств;
- Б) обмена различных титульных знаков;
- В) авторизации операций.