

**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, очно-заочная

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 обучающимися 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 экзамена.

Форма проведения экзамена – 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 экзамен 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 «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется студенту, который набрал в сумме 9 баллов (выполнил все задания на эталонном уровне). Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который набрал в сумме от 6 до 8 баллов при условии выполнения всех заданий на уровне не ниже продвинутого. Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который набрал в сумме от 3 до 5 баллов при условии выполнения всех заданий на уровне не ниже порогового. Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который набрал в сумме менее 3 баллов или не выполнил всех предусмотренных в течение семестра практических заданий.

3 ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Вид, метод, форма оценочного мероприятия
Раздел 1. Понятие и сущность электронной коммерции.	ОПК-2	Экзамен
Раздел 2. Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах.	ОПК-2	Экзамен
Раздел 3. Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции	ОПК-2	Экзамен
Раздел 4. Платежи и расчеты в Интернете.	ОПК-2	Экзамен
Раздел 5. Маркетинговые исследования в Интернет.	ОПК-2	Экзамен
Раздел 6. Бизнес-планирование в Интернет.	ОПК-2	Экзамен

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 тестовые вопросы

1. Электронная цифровая подпись – это
- А) реквизит электронного документа;
 - Б) программное средство;
 - В) уникальная последовательность символов. Это ключ
2. ЭЦП в электронном документе и собственноручная подпись в бумажном документе
- А) равнозначны всегда;
 - Б) равнозначны при определённых условиях;
 - В) неравнозначны.
3. Документ, содержащий информацию об операции при оплате через кредитную карту –
- А) импринтер;
 - Б) слип;
 - В) эквайер.
4. Электронная коммерция — это:
- а) автоматизация логических процессов
 - б) сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции
 - в) деятельность, главная цель которой, получение прибыли
5. Какого способа доставки не существует при заказе в интернет-магазине:
- а) курьерская доставка
 - б) почтовая доставка
 - в) отложенная доставка
6. 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.
7. 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.
8. 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).

9. Участниками систем электронной коммерции являются

- а) покупатели или потребители услуг;
- б) сеть Интернет;
- в) исследование рынка, выполнение заказов.

10. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие

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

11. 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.

12. Участниками систем электронной коммерции являются

- а) покупатели или потребители услуг;
- б) сеть Интернет;
- в) исследование рынка, выполнение заказов.

Вопросы открытого типа

1. Схема совершения e-commerce C2C ориентирована на коммерческое взаимодействие между ... **(потребителями)**, не являющимися предпринимателями.

2. Любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта и в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому это - ... **(электронная коммерция (e-commerce))**.

3. Система проведения расчетов между финансовыми, коммерческими организациями и пользователями интернета в процессе покупки, продажи товаров и услуг через Интернет это - ... **(платежная система)**.

4. Денежные обязательства кредитной организации, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг это - ... **(электронные деньги)**.

Типовые теоретические 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 брендинга 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?