ПРИЛОЖЕНИЕ

**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

# 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 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 спомощью преподавателя |
| 0 баллов | выставляется студенту, который не смог ответить на вопрос |

На экзамен выносится 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 (В2В) и потребительских (B2C, С2C) 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», «элек- тронная 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 В2В сегмента электронной коммерции, каковы перспективы его развития в России?
5. Какие факторы являются определяющими в развитии В2С 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 рек- ламы 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

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

А) равнозначны всегда;

Б) равнозначны при определённых условиях;

В) неравнозначны.

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

А) импринтер;

Б) слип;

В) эквайер.

1. 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

1. Какого способа доставки не существует при заказе в интернет-магазине:

а) курьерская доставка

б) почтовая доставка

в) отложенная доставка

1. 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.

1. 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.

1. 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).

1. Участниками систем электронной коммерции являются

а) покупатели или потребители услуг;

б) сеть Интернет;

в) исследование рынка, выполнение заказов.

1. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие

а) предприятие – предприятие;

б) предприятие – потребитель;

в) потребитель – потребитель;

г)потребитель – предприятие

1. 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.

1. 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 (е-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 кредитнойорганизации, 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», «элек- тронная коммерция». Как соотносятся понятия «бизнес» и «коммерция». В чём от- личие 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 В2В сегмента электронной коммерции, каковы перспективы его развития в России?
5. Какие факторы являются определяющими в развитии В2С 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 рек- ламы в Интернете.
13. В чём суть понятия эффективности ЭК? Термины и их определения?