

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА « ЦИФРОВАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА »

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

И.о.декана факультета экономики и
управления

_____/доц.М.А.Орцханова_____
от « 21 » _____ мая _____ 2024г.

_____/____М.Ш.Мержо_____
от « 22 » _____ мая _____ 2024г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Б1.В.ДВ.02.01 Электронная коммерция и цифровые рынки
(наименование дисциплины)

Направление подготовки (бакалавриат)

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль подготовки)

Цифровая экономика

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная, очно-заочная, очно-заочная (ускоренное обучение)

Магас, 2024

1.Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Электронная коммерция и цифровые рынки»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию.	Наименование оценочного средства
1	Понятие и сущность электронной коммерции	УК-10, ПК-1	Контроль освоения теории, решение практических задач
2	Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах.	УК-10, ПК-1	Контроль освоения теории, решение практических задач
3	Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции	УК-10, ПК-1	Контроль освоения теории, решение практических задач
4	Платежи и расчеты в Интернет	УК-10, ПК-1	Контроль освоения теории, решение практических задач
5	Понятие и сущность электронной коммерции	УК-10, ПК-1	Контроль освоения теории, решение практических задач
6	Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах.	УК-10, ПК-1	Контроль освоения теории, решение практических задач

2. Типовые контрольные задания и иные материалы

2.1.Тестовые задания по дисциплине «Электронная коммерция и цифровые рынки»

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.С какого года началось использование в России возможностей Интернета в коммерческих целях?
- А) 1991;
 - Б) 1993;
 - В) 1997.
- 3.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.
- 4.К какому типу электронной коммерции относится электронный аукцион?
- А) B2B;
 - Б) B2C;
 - В) C2C.
- 5.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.
- 6.Фирма-эквайер осуществляет
- А) электронные продажи;
 - Б) доставку товаров;
 - В) авторизацию и проведение платежей.
- 7.Специальные службы, предназначенные для управления банковским счетом – это А) электронные платёжные системы;
- Б) системы интернет-банкинга;
 - В) системы платежей при помощи кредитных карт.
- 8.Для определения эффективности ЭК показатели сравниваются
- А) с установленной нормой;
 - Б) между собой;
 - В) с критерием эффективности.
- 9.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.
- 10.Организация, осуществляющая сопровождение банкоматов и терминалов, обеспечивающая поддержку точек обслуживания по картам, – это
- А) ПОС-терминал
 - Б) эквайер;
 - В) слип.
- 11.«Титульные знаки» – это
- А) внутренние электронные деньги;
 - Б) банковские карты;
 - В) электронные чеки.
- 12.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.
- 13.Особенности электронных платёжных систем
- А) небольшие комиссии;

- Б) территориальная ограниченность;
В) безопасность платежей.
14. Правило соотношения показателей эффективности ЭК – это
- А) эффективность ЭК;
Б) критерий эффективности ЭК;
В) норма эффективности ЭК.
15. Степень интеграции новой информационной системы с бизнес-процессами предприятия определяется
- А) экономическими показателями;
Б) маркетинговыми показателями;
В) организационными показателями;
Г) техническими показателями.
16. WMZ – это эквивалент
- А) российского рубля;
Б) золота;
В) доллара США.
17. Формула для определения экономической эффективности выбранного варианта построения системы ЭК на основе web-сервера в Интернете
- А) $\mathcal{E} = E_{\text{п}} / E_{\text{з}}$;
Б) $\mathcal{E} = H_{\text{р}} / T_{\text{О}}$;
В) $\mathcal{E} = E_{\text{с}} / E_{\text{п}}$.
18. Уникальная последовательность символов известная лишь владельцу сертификата ключа подписи – это
- А) электронная цифровая подпись;
Б) закрытый ключ ЭЦП;
В) открытый ключ ЭЦП.
19. К источникам получения прибыли от выполняемых web-сервером функций относят
- А) повышение имиджа фирмы;
Б) улучшение сервисного обслуживания;
В) использование электронных коммуникаций.
20. Электронная цифровая подпись – это
- А) реквизит электронного документа;
Б) программное средство;
В) уникальная последовательность символов.
21. Какой элемент электронного пространства доминирует в электронной коммерции? А) B2C; Б) C2B; В) B2B; Г) B2G.
22. ЭЦП в электронном документе и собственноручная подпись в бумажном документе А) равнозначны всегда; Б) равнозначны при определённых условиях; В) неравнозначны.
23. Участник информационной системы может быть одновременно владельцем
- А) 1 сертификата ключа подписи;
Б) любого количества сертификатов ключа подписи;
В) ограниченного законодательством количества ключа подписи.
24. 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.
25. Мера соответствия технологий, приёмов и правил ЭК потребностям хозяйствующих субъектов – это
- А) эффективность ЭК;
Б) критерий эффективности ЭК;

В) показатель эффективности ЭК.

26.Электронная коммерция оказывает влияние А) на сокращение запасов; Б) расширение рынка труда;

В) снижение экспортного капитала.

27.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.

28.К какому виду информационных продуктов относятся музыка, программное обеспечение и т.п.?

А) физический товар;

Б) электронный продукт;

В) информационная услуга.

29.К какому типу электронной коммерции относится интернет-компания?

А) C2C;

Б) G2C;

В) B2E.

30.От чего зависит использование Интернета в сегменте B2B?

А) от величины фирмы

Б) от отраслевой направленности;

В)от законодательного регулирования;

Г) от величины преимуществ для потребителей.

31.Когда используется оплата покупки в момент получения?

А) при доставке курьером;

Б) при доставке экспресс-почтой;

В) при доставке по почте наложенным платежом.

32.В каком сегменте рынка обычно продаются товары производственно-технического назначения? А) B2B; Б) B2C; В) C2B.

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

А) импринтер;

Б) слип;

В) эквайер.

34.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.

35.WMZ – это эквивалент

А) российского рубля;

Б) золота;

В) доллара США.

36.Обменные сервисы используются

А) для перевода средств;

Б) обмена различных титульных знаков;

В) авторизации операций.

37.К преимуществам работы через систему интернет-банкинга относят А) онлайн-режим обмена информацией; Б) оперативность; В) делимость.

38.К единовременным затратам на разработку системы ЭК относят

- А) затраты на анализ и планирование;
- Б) амортизационные отчисления;
- В) затраты на развитие сервера;
- Г) стоимость программного обеспечения.

39.К эксплуатационным расходам использования систем ЭК относят

- А) стоимость программного обеспечения;
- Б) взносы за доменное имя;
- В) плата провайдеру интернет-услуг;
- Г) затраты на переподготовку кадров.

40.Срок хранения сертификата ключа подписи в удостоверяющем центре определяется

- А) ФЗ «ОБ ЭЦП»;
- Б) договором с владельцем;
- В) договором с федеральным органом исполнительной власти.

Электронный документ – это документ представленный

- А) в электронном виде;
- Б) электронно-цифровой форме;
- В) цифровой форме.

41.Уникальная последовательность символов известная лишь владельцу сертификата ключа подписи – это

- А) электронная цифровая подпись;
- Б) закрытый ключ ЭЦП;
- В) открытый ключ ЭЦП.

42.Документ, выданный удостоверяющим центром для подтверждения подлинности ЭЦП и идентификации его владельца, – это

- А) сертификат ЭЦП;
- Б) сертификат средств ЭЦП;
- В) сертификат ключа подписи.

43.К источникам экономии от выполняемых web-сервером функций относят

- А) продвижение товаров фирмы;
- Б) приобретение новых потребителей;
- В) использование электронных коммуникаций.

Критерии оценки тестовых заданий

За тест студент может получить оценки «удовлетворительно», «хорошо» либо «отлично».

описание шкалы оценивания

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент дал верных ответов от 40 % до 70 %, оценка «хорошо» - если количество верных ответов от 70 % до 90 %, оценка «отлично» - не менее 90 %.

Контрольные задания

Задание № 1 «Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса»

Цель работы:

1. найти и проанализировать характеристики компаний в рамках заданного вида деятельности;

2. научиться выделять отличительные признаки в работе компаний в рамках ЭК; научиться выполнять SWOT-анализ для заданного вида деятельности в рамках ЭК;

Методические указания по выполнению

1. Ознакомьтесь с содержанием деятельности компании в рамках ЭК в соответствии с вашим вариантом.
2. Найдите в российском сегменте сети Интернет две компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанной в вашем варианте.
3. Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 10–15 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга.
4. Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний.
5. Предположим, вы хотите выйти на рынок рассматриваемых товаров (услуг) в рамках существующей компании, открыв отдельное направление либо создав новый канал сбыта в рамках традиционной деятельности:

-выделите возможный набор внутренних сильных сторон в предполагаемой компании;

-выделите возможный набор внутренних слабых сторон в предполагаемой компании;

-выделите возможный набор потенциальных внешних возможностей для реализации предполагаемой компанией на рассмотренном рынке товаров (услуг);

-выделите возможный набор потенциальных внешних угроз для бизнеса предполагаемой компании на рассмотренном рынке товаров (услуг).

6. Постройте SWOT-матрицу для предполагаемой компании, описывающую стратегические альтернативы и ограничения, выделяя те, которые могут лечь в основу формирования стратегии.
7. Определите значимости каждого из базовых факторов SWOT- матрицы по 10-балльной шкале методом собственной экспертной оценки;
8. Сложите полученные значения для факторов, находящихся в выделенных парах в SWOT-матрице и определите пару факторов с максимальным значением суммы.
9. Сделайте вывод по смыслу полученного результата и содержанию возможной стратегии предполагаемой компании.

Задание №2

- 1) Маркетинговое интернет-агентство, оказывающее услуги по раскрутке требуемых интернет-ресурсов.
- 2) Туристическая компания, которая продаёт через Интернет различные виды отдыха в России и за рубежом.
- 3) Интернет-магазин различных видов игрушек – от мягких до электронных.
- 4) Интернет-аукцион для покупки-продажи товаров физическими лицами.
- 5) Online журнал, посвящённый красоте и здоровью.
- 6) Студия web-дизайна, выполняющая проекты любой сложности.
- 7) Торговая площадка, организующая оптовые продажи продуктов питания различными поставщиками различным покупателям
- 8) Компания, занимающаяся продажей сотовых телефонов и аксессуаров к ним через сеть Интернет.

- 9) Электронная торговая площадка для проведения открытых аукционов в электрон-ной форме для государственного заказа.
- 10) Интернет-магазин одежды, обуви, аксессуаров.

Задание №3

«Коммерческий цикл и стратегии выхода в элек-тронной коммерции»

Цель работы:

научить выделять субъекты и объекты коммерческой деятельности;
закрепить понимание общего коммерческого цикла деятельности предприятия и предшествующих (последующих) этапов;
научиться формулировать содержание коммерческого цикла для произвольного вида деятельности;
закрепить содержание, входные и выходные сущности каждого из этапов коммерческого цикла в рамках электронной коммерции;
рассмотреть реализацию различных стратегий по выходу в ЭК, преимущества и недостатки каждой из них по сравнению со смежными стратегиями.

Методические указания по выполнению

1. Прочитайте краткое описание деятельности субъекта в рамках электронной коммерции.
2. Ответьте на вопросы

Кто или что являются субъектами (объектами) коммерческой деятельности?

Какие требования предъявляются к клиентам (что им необходимо для взаимодействия с продавцом)?

Есть ли какие-то этапы в деятельности субъектов, не относящиеся к электронной коммерции, а относящиеся к электронному бизнесу?

3. Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности.
4. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точки зрения продавца и покупателя.
5. Сделайте предположение о ведении аналогичного бизнеса в рамках offline (тради-ционной) модели и с использованием технологий электронной коммерции для rea-лизации отдельных этапов цикла. Опишите полученные варианты.
6. Выявите преимущества и недостатки предложенных в п. 5 вариантов ведения биз-неса по сравнению со смежными вариантами.

Задание №4

Вариант 1

Компания «Орион» занимается производством разнообразной канцелярской продукции (карандаши, ручки, блокноты, календари, скрепки, зажимы, скобы, стикеры, еженедельники, плакаты и т.д.) и выполняет её распространение между собственными магазинами, которые самостоятельно дозаказывают требуемый товар, а также принимает заказы от сторонних компаний. Заказы могут включать как простые заказы по ка-талогу любого вида продукции в необходимом количестве, так и разработку специальной конфигурации, дизайна и других характеристик по требованию заказчика . В связи с этим специфические заказы обрабаты-ваются и контролируются менеджерами

на всех стадиях согласования параметров. После окончательного оформления клиент имеет возможность просмотреть детали и итоговую стоимость заказа и произвести расчёт как традиционным способом, так и на сайте. По факту оплаты заказ доставляется клиенту. На всех этапах клиент имеет возможность отслеживать состояние заявки.

Вариант 2

Компания ООО «Русский сувенир» представляет собой online магазин без офлайн поддержки. В интернет-магазине представлен широкий ассортимент сувенирных изделий из глины и керамики российского производства. Фирма работает с несколькими крупными заводами. Налаженные отношения с поставщиками позволяют вести бизнес без использования собственного склада (товар поставляется напрямую со склада компании-производителя), что значительно снижает издержки фирмы. Доставка товара клиенту осуществляется либо курьером, либо почтой (государственной или DHL). Оплата товара может осуществляться следующими способами: наложенным платежом (при доставке товара почтой), наличными (при доставке товара курьером), электронными деньгами (webMoney, Яндекс-деньги). В случае выбора клиентом способа доставки курьером, покупателю необходимо подтвердить заказ (система формирует уведомление, которое отправляет на e-mail покупателя). В остальных случаях товар доставляется по факту оплаты.

Вариант 3

Интернет-аукцион «Colir» существует с 2002 года. На сайте физические лица торгуют друг с другом. Торги организованы следующим образом: физическое лицо-продавец выставляет на сайте информацию о своём лоте (фотографию, описание). Заинтересовавшееся лицо предлагает свою цену. Один лот выставляется на продажу в течение ограниченного времени. Торг может проходить как напрямую между продавцом и покупателем (с самоорганизацией доставки), так и через третье лицо – менеджера аукциона, который организует торг и доставку товара, получая при этом определённый процент. Оплата товара осуществляется через платёжные интернет-системы (WebMoney, Яндекс-деньги) или с использованием кредитных карт, (возможны другие способы оплаты при обоюдной договорённости сторон). Организацией и поддержкой аукциона занимается фирма ООО «Колир-М», основу коммерческой деятельности которой является получение прибыли от размещения рекламы на страницах с лотами.

Задание №5

«Платёжные системы электронной коммерции»

Методические указания по выполнению

Задание 1. Дайте сравнительную характеристику двух электронных платёжных систем (в соответствии с выбранным вариантом) по предложенным характеристикам. Результаты работы оформите в виде таблицы. После заполнения таблицы сделайте вывод.

Характеристика	Платёжная система	
	1	2
Основные возможности		
Процесс регистрации		
Процесс ввода денег		
Процесс вывода денег		
Взимаемые комиссии		

Поддерживаемые титульные знаки		

Сервис и дополнительные услуги

Задание 6. Дайте сравнительную характеристику автоматических обменных пунктов (в соответствии с выбранным вариантом) по предложенным характеристикам. Результаты работы оформить в виде таблицы, после таблицы сделать вывод.

Характеристика	Обменный пункт	
	1	2
Секция обмена		
Комиссия		
Виды обмена		
Дополнительная услуга		

Задание №7

Номер варианта лабораторной работы соответствует последней цифре зачётной книжки студента и осуществляется по следующей таблице. Вторая платёжная система и второй обменный пункт для анализа выбирается студентом самостоятельно из предложенных вариантов.

Последняя цифра зачётной книжки	Номер варианта	Платёжная система
1	1	RUPay (http://rupay.com)
2	2	WebMoney (http://www.webmoney.ru)
3	3	E-Gold (http://www.e-gold.com)
4	4	Яндекс.Деньги (http://money.yandex.ru)
5	5	RBK Money (https://rbkmoney.ru)
6	6	Moneybookers (http://www.moneybookers.com)
7	7	PayPal (https://www.paypal.com/us/home)
8	8	MainPay (http://mainpay.ru)
9	9	CyberPlat (http://www.cyberplat.ru)
0	10	Единый Кошелек (http://www.w1.ru)

Последняя цифра зачётной книжки	Номер варианта	Обменный пункт
1	1	Roboxchange (http://www.roboxchange.com)
2	2	Exchanger (http://www.exchanger.ru)
3	3	Onlinechange (http://onlinechange.com)
4	4	Exchange (http://exchange.net.ua)
5	5	Обменов (http://obmenov.com)
6	6	Обменник (http://obmennik.ru)
7	7	Wmzet (http://wmzet.com)

8	8	TT-Exchange (https://www.tt-exchange.com)
9	9	Cashing (https://www.cashing.su)
0	10	DemonChange (https://demonchange.ru)

Задание №8

«Расчёты в электронной коммерции» Цель работы:

- рассмотреть различные технологии осуществления электронных расчётов в сети Интернет;
- научиться выбирать наиболее подходящие способы расчётов для различных целевых групп интернет-проектов;
- проанализировать конкретные системы, реализующие выбранные технологии на их экономические характеристики;

Методические указания по выполнению

1. Прочитайте описание деятельности компании.
 2. Выделите те способы расчётов, которые характерны для различных групп целевой аудитории.
 3. По информации сайтов ПИС:
- определите требования для подключения к выбранным ПИС для предприятия торговли;
 - определите первоначальные затраты на подключение;
 - определите комиссии, взимаемые с предприятия торговли ПИС. Варианты заданий лабораторной работы № 4.

Задание №9

«Разработка медиа-плана» Цель работы:

- систематизировать способы рекламы в сети Интернет;
- изучить предложения различных рекламных площадок для различных предметных областей;
- оценить стоимостные затраты на реализацию небольшого медиа-плана в сети Интернет;
- научиться определять потенциальную эффективность от размещения рекламы на различных площадках.

Методические указания по выполнению

1. Прочитайте описание деятельности компании
2. Опишите возможные способы продвижения товаров (услуг) в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании.
3. Определите 2–3 площадки, где возможно разместить рекламу вашей деятельности. Определите ценовую политику данных площадок.
4. Определите 1–2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для вашего интернет-проекта и их стоимостные характеристики.

5. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы сайта (например разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах, оптимизация содержания сайта и др.)
6. Составьте медиа-план на 1 месяц, включающий интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4–5 позиций.

2.2. Вопросы к экзамену по дисциплине «Электронная коммерция и цифровые рынки»

1. Понятие электронной коммерции, преимущества и недостатки?
2. Основные понятия: киберпространство, е-бизнес, е-коммерция.
3. Произведите сравнение традиционного бизнеса с электронным.
4. Основные субъекты электронной коммерции.
5. Виды электронной коммерции или основные формы присутствия в Интернет.
6. Специфика электронной коммерции.
7. Преимущества ведения бизнеса в Интернет.
8. E-business в РФ и за рубежом.
9. Информационные технологии - обзор возможностей. Компьютерные сети.
10. Архитектура программных систем электронной коммерции (среда Интернет, основные составляющие систем и их взаимосвязь)
11. Интернет, как среда функционирования электронной коммерции.
12. Модели электронной коммерции.
13. Электронная коммерция как часть организации бизнес-процесса (B2C).
14. Электронная коммерция как часть организации бизнес-процесса (B2B).
15. Системы B2B, особенности, объемы, примеры.
16. Системы B2C, особенности, объемы, примеры.
17. Классификация систем электронной коммерции.
18. Интернет-магазин и интернет-витрина, особенности, различия, примеры.
19. Схема функционирования электронного магазина.
20. Виды доставки и оплаты товаров в электронных магазинах.
21. Internet-аукцион, типы, примеры (в мире, в РФ)
22. Как работают онлайн-аукционы, особенностью онлайн-аукционов.
23. Электронные биржи, типы, примеры (в мире, в РФ)
24. Порталы в интернете, особенности, различия, примеры.
25. Платежные системы в Интернете. Проблема платежей.
26. Преимущества и недостатки различных типов платежных систем.
27. Схемы платежей в электронной коммерции (участники).
28. Шлюзовые платежные системы.
29. Системы управления счетом.
30. Системы «электронных наличных».
31. Системы Интернет-банкинга
32. Российские платежные системы.
33. Системы на основе пластиковых карт.
34. Платежные системы на основе смарт-карты.
35. Цифровые деньги (электронные наличные).
36. Система электронных наличных Яндекс.Деньги.
37. Система электронных наличных WebMoney.
38. Безопасность при осуществлении электронной коммерции.
39. Электронная цифровая подпись, протоколы безопасности.
40. Протоколы сеанса связи, обеспечивающие безопасную передачу данных.

Критерии формирования оценок для промежуточной аттестации

Оценка «отлично» ставится в том случае, когда студент глубоко и прочно освоил весь программный теоретический материал, исчерпывающе, последовательно, ясно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, имеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Оценка «хорошо» ставится, если студент твердо знает программный теоретический материал, ясно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения для принятия решений и владеет необходимыми мнениями и навыками, демонстрируемыми при выполнении практических заданий.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент усвоил основной теоретический материал, но не знает деталей, допускает неточности, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает отдельные затруднения в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не знает отдельных разделов программного теоретического материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

Критерии оценивания в привязке к показателям основных этапов формирования компетенций при промежуточной аттестации

Оценка «отлично» ставится студент, овладевшим показателями компетенции «**знать**», «**уметь**» и «**владеть**», проявившем всесторонние и глубокие знания программного материала по дисциплине, освоившем основную и дополнительную литературу, обнаружившем творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний.

Оценка «хорошо» ставится студент, овладевшим показателями компетенции «**знать**» и «**уметь**» (базовый уровень), проявившем полное знание программного материала по дисциплине, освоившем основную рекомендованную литературу, обнаружившем стабильный характер знаний и умений и способном к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности.

Оценка «удовлетворительно» ставится студент, овладевшим показателями компетенции «**знать**» (минимальный уровень), т.е. проявившем знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомом с основной рекомендованной литературой, но допустившем неполные или слабо аргументированные ответы, испытывающем затруднения в выполнении практических заданий на экзамене.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студент, не овладевшим ни одним из показателей компетенции, т.е. обнаружившем значительные пробелы в знании программного материала по дисциплине, допустившем принципиальные ошибки при применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине.

Перечень примерных контрольных заданий для самостоятельной работы:

1. Проведите анализ тенденций развития электронной коммерции по отдельным отраслям национальной экономики.

2. Перечислите факторы, которые, на ваш взгляд, сдерживают развитие бизнеса, и оцените возможности электронной коммерции в улучшении ситуации.
3. Классифицируйте по степени значимости бизнес-модели электронной коммерции в розничной торговле.
4. Определите информационное обеспечение, достаточное для выработки эффективной стратегии развития электронной коммерции бизнес-системы.
5. Дайте сравнительный анализ платежных систем электронной коммерции, раскрыв их преимущества и слабые стороны.
6. Проведите анализ тенденций развития электронной коммерции в каком-либо виде индустрии услуг (туризм, внедомашнее питание, гостиничный бизнес и другие на Ваш выбор).
7. Определите перспективы расширения классификации виртуальных рынков.
8. Сформулируйте отличительные черты стратегий рекламы электронной и традиционной коммерции.
9. Назовите сильные и слабые стороны использования электронной коммерции в конкурентной борьбе на различных (по Вашему выбору) товарных рынках.
10. Проведите сравнительный анализ эффективности рекламы на выбранных Вами сайтах.
11. Обоснуйте Ваш выбор наиболее важной проблемы юридического обеспечения функционирования электронной коммерции на современном этапе ее развития в России и за рубежом.

2.3. Тематика рефератов

1. 1. Использование методологии ARIS в различных областях деятельности.
2. Понятие архитектуры современного предприятия. Слои архитектуры предприятия. Процесс построения архитектуры предприятия. Основные этапы.
3. Бизнес-процесс. Различные определения базовой категории бизнеса.
4. Понятие оргструктуры. Виды структур. Подходы к проектированию.
5. Формализация БП.
6. Методология управления. Функциональный подход и его суть. Содержательное описание функций управления. Кризис функционального управления. Функциональная модель.
7. Методология управления. Основные понятия процессного управления.
8. Классификация бизнес-процессов.
9. Совершенствование бизнес-процессов. Основные концепции улучшения бизнес-процессов.
10. Принципы качества Деминга. 14 пунктов. Цикл непрерывного совершенствования.
11. Стандарты качества ISO-9000:2000.
12. Системный анализ в управлении.
13. Понятие корпоративной ИС. Свойства КИС. Требования к созданию КИС.
14. Развитие взглядов на улучшение бизнес-процессов.
15. Подход постоянного улучшения качества.
16. Методология улучшения бизнес-процессов (Business Process Improvement).
17. Методика быстрого анализа решений (FAST).
18. Бенчмаркинг процесса.
19. Перепроектирование процесса (концентраторное улучшение).
20. Реинжиниринг процесса (разработка нового процесса или инновация процесса).
21. Улучшение бизнес-систем: первый подход - применение систем предотвращения ошибок; второй подход - усовершенствование и модернизация бизнес-систем).

22. Понятие реорганизации бизнес-процессов. Подходы к реорганизации бизнес-процессов - эволюционный (CPI - Continuous Process Improvement/TQM - Total Quality Management), революционный (BPR).
23. Причины возникновения РБП.
24. Роль информационных технологий в РБП.

Критерии оценки реферата

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в становлении новых связей (межпредметных, внутриспредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурированность материал; г) самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и план реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка 5(отлично) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4(хорошо) – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3(удовлетворительно) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2(неудовлетворительно) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Текущий контроль предусматривает проведение следующих мероприятий:

- собеседование по темам и разделам дисциплины, выносимым на практические занятия;
- тестирование;
- подготовка рефератов, эссе, докладов по темам, выносимым на самостоятельное изучение;
- участие в дискуссии;
- участие в тренингах, моделирующих ситуации инвестиционной тематики.

Промежуточный контроль (экзамен) предназначен для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Экзамен является заключительным этапом процесса формирования компетенций студента при изучении дисциплины или её части и имеет целью проверку и оценку знаний студентов по теории и применению полученных знаний, умений и навыков.

Экзамен проводится по расписанию, сформированному учебным отделом, в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса. Расписание промежуточного контроля доводится до сведения студентов не менее чем за две недели до начала экзаменационной сессии.

Экзамен принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия. В отдельных случаях при большом количестве групп у одного лектора или при большой численности группы с разрешения заведующего кафедрой допускается привлечение в помощь основному лектору преподавателя, проводившего практические занятия в группах.

Экзамен проводится только при предъявлении студентом зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой по изучаемой дисциплине.

Студентам на экзамене предоставляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени студент должен ответить на вопросы экзаменационного билета.

Для получения положительной оценки на экзамене студент должен продемонстрировать **знание** основных математических понятий, определений, теорем и методов, формирующих общую математическую подготовку и развивающие абстрактное, логическое и творческое мышление; методов решения и основных приемов исследования различных задач школьного курса математики.

А также должен **уметь**: решать задачи, соответствующие изученным разделам школьного курса математики, доказывать теоремы, предусмотренные школьной программой, выбирать метод исследования и доводить решение задач до практически приемлемого результата.

При оценке ответа студента на вопрос билета преподаватель руководствуется

следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- языковое оформление ответа.

Отметка **«отлично»** ставится, если полно излагается изученный материал, достаточно полные и систематизированные знания по дисциплине; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку; использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием по дисциплине, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине; самостоятельную работу на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий; средний уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.