МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Обнинский институт атомной энергетики –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

ОТДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК (О)

Одобрено на заседании
Учёного совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ
Протокол №25.8 от 25.08.2025

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС
название дисциплины

для студентов направления подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика
код и название направления подготовки

образовательная программа

Цифровая трансформация компании

Форма обучения: очная

г. Обнинск 2025 г.

Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) является обязательным приложением к рабочей программе дисциплины «Электронный бизнес» и обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.

Цели и задачи фонда оценочных средств

Целью Фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для достижения поставленной цели Фондом оценочных средств по дисциплине «Электронный бизнес» решаются следующие задачи:

– контроль и управление процессом приобретения обучающимися знаний, умений и навыков, предусмотренных в рамках данной дисциплины;

– контроль и оценка степени освоения компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс в рамках данной дисциплины.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

1.1. В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1	Способен анализировать прикладную область на концептуальном, логическом, математическом, макро- и микроэкономических уровнях	З-ПК-1 Знать: сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач и экономические рациональные границы применения основных методов организационно-экономического моделирования; методы построения концептуальных, логических, математических и имитационных моделей; методы прогнозирования, технико-экономических исследований научно-технических решений и нормативного проектирования инновационных видов продукции и процессов У-ПК-1 Уметь: воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, готовить реферативные обзоры и отчеты, получать научно-исследовательский опыт в профессиональных социальных сетях; выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового опыта в сфере инноватики по материалам ведущих научных журналов и изданий, с использованием электронных библиотек и интернет-ресурсов. В-ПК-1 Владеть навыками: формирование и обоснование целей и задач исследований и проектных разработок, изыскательских работ, определение значения и необходимости их проведения, путей и методов их решения
ПК-10	Способен осуществлять планирование и проектирование высокотехнологичных реальных систем, процессов и продуктов на глобальном рынке	З-ПК-10 Знать: принципы и методы построения системы и инструменты управления производством; основы планирования жизненного цикла инновационной продукции; основы современного материального производства; методы

		оценки качества и конкурентоспособности наукоемкой продукции. У-ПК-10 Уметь: разрабатывать экономико-математические и компьютерные модели производственно-коммерческих процессов жизненного цикла наукоемкой продукции. В-ПК-10 Владеть навыками: участие в разработке и внедрении в производство прогрессивных, экономически обоснованных, ресурсосберегающих технологических процессов, обеспечивающих высокий уровень технологической подготовки производства, производительности труда, качества выпускаемой промышленной продукции на уровне лучших отечественных и зарубежных образцов

1.2. Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОП бакалавриата

Компоненты компетенций, как правило, формируются при изучении нескольких дисциплин, а также в немалой степени в процессе прохождения практик, НИР и во время самостоятельной работы обучающегося. Выполнение и защита ВКР являются видом учебной деятельности, который завершает процесс формирования компетенций.

Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины:

- **начальный этап** – на этом этапе формируются знаниевые и инструментальные основы компетенции, осваиваются основные категории, формируются базовые умения. Студент воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила; решает учебные задачи по образцу;

- **основной этап** – знания, умения, навыки, обеспечивающие формирование компетенции, значительно возрастают, но еще не достигают итоговых значений. На этом этапе студент осваивает аналитические действия с предметными знаниями по дисциплине, способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, осуществляя коррекцию в ходе работы, переносит знания и умения на новые условия;

- **завершающий этап** – на этом этапе студент достигает итоговых показателей по заявленной компетенции, то есть осваивает весь необходимый объем знаний, овладевает всеми умениями и навыками в сфере заявленной компетенции. Он способен использовать эти знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях.

Этапы формирования компетенций в ходе освоения дисциплины отражаются в тематическом плане (см. РПД).

1.3. Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
Текущая аттестация			
I. Теоретические основы электронной коммерции и электронного бизнеса			
1	Сущность и этапы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
2	Виды электронной коммерции и электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
3	Сетевая экономика. Виртуальные предприятия и тенденции их развития	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
4	Институты поддержки и тенденции развития электронной коммерции в РФ	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
II. Нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение электронного бизнеса			
5	Информационное обеспечение и информационная инфраструктура электронного бизнеса.	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, тесты, контрольная работа, тесты
6	Безопасность электронного бизнеса и электронной коммерции	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-101	Устный опрос, тесты, доклады, контрольная работа, тесты
7	Классификация систем электронной коммерции и модели бизнес-процессов	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, конрольная работа, тесты
8	Цифровая экономика РФ	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа,

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
			тесты
9	Правовые основы электронного бизнеса	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
III. Модели, инструменты и технологии электронной коммерции и электронного бизнеса			
10	Планирование и организация электронного бизнеса	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
11	Модели электронного бизнеса	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты, индивидуальное домашнее задание
12	Мобильная и социальная коммерция	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты, индивидуальное домашнее задание
13	Финансовые и торговые системы в сети Интернет	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
14	Электронные платежи и системы электронных платежей	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
15	Основы Интернет-маркетинга	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
Промежуточная аттестация			
	Экзамен	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1,	Перечень вопросов к экзамену

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
		З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям, которые приведены в п.1.1. Формирование этих дескрипторов происходит в процессе изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида учебных занятий и самостоятельной работы. Выделяются три уровня сформированности компетенций на каждом этапе: пороговый, продвинутый и высокий.

Уровни	Содержательное описание уровня	Основные признаки выделения уровня	БРС, % освоения	ECTS / Пятибалльная шкала для оценки экзамена / зачета
Высокий *Все виды компетенций сформированы на высоком уровне в соответствии с целями и задачами дисциплины*	Творческая деятельность	*Включает нижестоящий уровень.* Студент демонстрирует свободное обладание компетенциями, способен применить их в нестандартных ситуациях: показывает умение самостоятельно принимать решение, решать проблему/задачу теоретического или прикладного характера на основе изученных методов, приемов, технологий	90-100	A / Отлично / Зачтено
Продвинутый *Все виды компетенций сформированы на продвинутом уровне в соответствии с целями и задачами дисциплины*	Применение знаний и умений в более широких контекстах учебной и профессиональной деятельности, нежели по образцу, большей долей самостоятельности и инициативы	*Включает нижестоящий уровень.* Студент может доказать владение компетенциями: демонстрирует способность собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников и иллюстрировать ими теоретические положения или обосновывать практику применения.	85-89	B / Очень хорошо / Зачтено
			70-84	C / Хорошо / Зачтено
Пороговый *Все виды компетенций сформированы на пороговом уровне*	Репродуктивная деятельность	Студент демонстрирует владение компетенциями в стандартных ситуациях: излагает в пределах задач курса теоретически и практически контролируемый материал.	65-69	D / Удовлетворительно / Зачтено
			60-64	E / Посредственно / Зачтено
Ниже порогового	Отсутствие признаков порогового уровня: компетенции не сформированы. Студент не в состоянии продемонстрировать обладание компетенциями в стандартных ситуациях.		0-59	Неудовлетворительно / Не зачтено

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

Критерии оценивания компетенций на каждом этапе изучения дисциплины для каждого вида оценочного средства и приводятся в п. 4 ФОС. Итоговый уровень сформированности компетенции при изучении дисциплины определяется по таблице. При этом следует понимать, что граница между уровнями для конкретных результатов освоения образовательной программы может смещаться.

Уровень сформированности компетенции	**Текущий контроль**	**Промежуточная аттестация**
высокий	**высокий**	**высокий**
	продвинутый	*высокий*
	высокий	*продвинутый*
продвинутый	*пороговый*	*высокий*
	высокий	*пороговый*
	продвинутый	**продвинутый**
	продвинутый	*пороговый*
	пороговый	*продвинутый*
пороговый	**пороговый**	**пороговый**
ниже порогового	**пороговый**	**ниже порогового**
	ниже порогового	**-**

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Итоговая аттестация по дисциплине является интегральным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков обучающихся по дисциплине и складывается из оценок, полученных в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины.

Текущая аттестация осуществляется два раза в семестр:

– контрольная точка № 1 (КТ № 1) – выставляется в электронную ведомость не позднее 8 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам / темам учебной дисциплины с 1 по 8 неделю учебного семестра;

– контрольная точка № 2 (КТ № 2) – выставляется в электронную ведомость не позднее 16 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам / темам учебной дисциплины с 9 по 16 неделю учебного семестра.

Результаты текущей и промежуточной аттестации подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы.

Этап рейтинговой системы / Оценочное средство	Неделя	Балл	
		Минимум*	Максимум
Текущая аттестация	**1-16**	**36**	**60**
Контрольная точка № 1	**7-8**	**18**	**30**
Контрольная работа	8	9	15
Опрос	1-8	3	5
Индивидуальное домашнее задание	7	6	10
Контрольная точка № 2	**15-16**	**18**	**30**
Реферат +доклад на «круглом столе»	16	6	10
Тестовые задания	9-15	9	15
Опрос	9-16	3	5
Промежуточная аттестация	**-**	**24**	**40**
Экзамен		24	40
Итого по дисциплине		**60**	**100**

* Минимальное количество баллов за оценочное средство – это количество баллов, набранное обучающимся, при котором оценочное средство засчитывается, в противном случае обучающийся должен ликвидировать появившуюся академическую задолженность по текущей или промежуточной аттестации. Минимальное количество баллов за текущую аттестацию, в т. ч. отдельное оценочное средство в ее составе, и промежуточную аттестацию составляет 60% от соответствующих максимальных баллов

Процедура оценивания знаний, умений, владений по дисциплине включает учет успешности по всем видам заявленных оценочных средств.

Устный опрос проводится на каждом практическом занятии и затрагивает как тематику прошедшего занятия, так и лекционный материал. Применяется групповое оценивание ответа или оценивание преподавателем.

Темы рефератов распределяются на первом занятии, готовые рефераты докладываются на занятиях в сопровождении презентаций в соответствии с установленным преподавателем графиком.

Тесты по темам проводятся на практических занятиях и включают вопросы по изученным темам.

По окончании освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация в виде экзамена, что позволяет оценить совокупность приобретенных в процессе обучения компетенций. При выставлении итоговой оценки применяется балльно-рейтинговая система оценки результатов обучения.

Экзамен предназначен для оценки работы обучающегося в течение всего срока изучения дисциплины и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных обучающимся теоретических знаний и умений, способности приводить примеры практического использования знаний (например, применять их в решении практических задач), приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления.

Оценка сформированности компетенций на экзамене для тех обучающихся, которые пропускали занятия и не участвовали в проверке компетенций во время

изучения дисциплины, проводится после индивидуального собеседования с преподавателем по пропущенным или не усвоенным обучающимся темам с последующей оценкой самостоятельно усвоенных знаний на экзамене.

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

4.1. Экзамен

4.2. Устный опрос

4.3. Реферат и доклад на «круглом столе»

4.4. Тест

4.5. Индивидуальное домашнее задание

4.6. Контрольная работа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Обнинский институт атомной энергетики –

филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Отделение социально-экономических наук

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «IT-инфраструктура организации»
Дисциплина «Электронный бизнес»

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Электронная коммерция (ЭК): определения и технологии e-commerce. Электронная коммерция в узком и широком значении
2. Нормативно-правовая база электронной коммерции и электронного бизнеса
3. Электронный бизнес и электронная коммерция: сходства и различия
4. Электронный бизнес: сущность и история появления. Причины появления
5. Виды электронного бизнеса (общая характеристика)
6. Составляющие электронной коммерции
7. Институты поддержки электронной коммерции (Ассоциация компаний розничной электронной торговли и т.п.)
8. Технологии электронной коммерции: основные исторические этапы и их содержание
9. Технологии Big data в электронной коммерции
10. Достоинства и недостатки электронной коммерции
11. Преимущества ЭК для потребителей, продавцов и производителей
12. Характеристика факторов, сдерживающих развитие ЭК в России
13. Объекты и субъекты электронной коммерции
14. Классификация систем (моделей) электронной коммерции
15. Основные бизнес-модели электронной коммерции: B2B, B2C, B2G
16. Электронные торговые площадки. Их задачи и преимущества
17. Основные типы электронных торговых площадок (общая характеристика)
18. Общая характеристика ЭТП модели B2C
19. Интернет-аукцион. Типы аукционов. Российские интернет-аукционы.
20. Электронные магазины и их виды
21. Структура интернет-магазина и схема его работы
22. Одностраничные Интернет-магазины и электронные торговые ряды
23. Электронные биржи и их характеристика
24. Федеральные ЭТП (общая характеристика)
25. Социальная коммерция: определение, виды
26. Информационные системы для автоматизации работы в соцсетях (Блогун, WoBot, Brand Analytics)
27. SMM-маркетинг: общая характеристика. Социальные сети в маркетинге и их преимущества
28. Технологии социальной оптимизации (SMO)
29. Корпоративные социальные сети (Битрикс)

30. Электронная торговля: определения и базовые характеристики
31. Правовые основы электронной торговли (общая характеристика нормативно-правовой базы). Документальное оформление сделок в электронном бизнесе
32. Классификация посредников в электронной коммерции: дилеры, брокеры, дистрибьюторы
33. Современные особенности электронной торговли. Основные тенденции развития электронной торговли в 2020-2024гг.
34. Типы рынков электронной коммерции и их характеристика (рынки верхнего эшелона, рынки второй волны и рынки выжидания)
35. Предпосылки развития и современное состояние m-commerce
36. Общая характеристика мобильной коммерции: разновидности и задачи, преимущества
37. Причины роста мобильной коммерции
38. Электронные платежные системы (ЭПС): определение и классификация по решаемым задачам
39. Классификация ЭПС по участникам и схеме платежей
40. Электронные деньги: особенности. Схема оплаты
41. Преимущества и недостатки электронных денег
42. Кредитная система в электронной коммерции: участники и схема платежей
43. Интернет-банкинг: преимущества и недостатки
44. Мобильный банкинг: преимущества и недостатки
45. Стратегия развития цифровой экономики в РФ
46. Интернет-банкинг.
47. Интернет-трейдинг.
48. Интернет-страхование.
49. Понятие безопасности электронной коммерции. Объекты защиты. Составные элементы безопасности.
50. Общие принципы обеспечения защиты.
51. Организационные принципы обеспечения безопасности.
52. Принципы реализации системы защиты.
53. Угрозы информационной безопасности электронной коммерции.
54. Понятие криптографической защиты.
55. Программные и технические средства защиты информации.
56. Понятие эффективности электронной коммерции.
57. Оценка экономической эффективности.
58. Применение средств и технологий электронной коммерции при разработке и осуществлении экономических стратегий торговых предприятий.
59. Маркетинговые показатели эффективности электронной коммерции.
60. Классификаторы в электронной коммерции
61. Планирование и организация электронного бизнеса
62. Анализ поведения потребителя в цифровой среде

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Обнинский институт атомной энергетики-
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Дисциплина «Электронный бизнес»

Экзаменационный билет №1

1. Основные бизнес-модели электронной коммерции: B2B, B2C, B2G
2. Интернет-трейдинг.
3. Анализ поведения потребителя в цифровой среде

Составитель _____ К.В. Найденкова
(подпись)

Начальник отделения
социально-экономических наук _____ А.А. Кузнецова
(подпись)

«__»_____ 20__ г.

Экзамен проводится устно и включает в себя ответ на три теоретических вопроса из различных разделов курса. Освоение дисциплины оценивается по стобалльной системе, используемой в ИАТЭ НИЯУ МИФИ. Допуск к экзкамену по дисциплине осуществляется при количестве набранных в течение семестра баллов более 36. За семестр студент может набрать от 36 до 60 баллов.

Минимальный балл за ответ на экзамене – 24, максимальный балл – 40.

Максимальная суммарная оценка за экзамен составляет 40 баллов с учетом того, что максимальная оценка работы в семестре по контрольным точкам составляет 60 баллов.

Ответ студента на экзамене оценивается по следующим критериям:

- правильность, полнота и логичность построения ответа;
- умение оперировать специальными терминами;
- использование в ответе дополнительного материала;
- умение иллюстрировать теоретические положения практическим материалом;
- владение актуальными статистическими данными по теме вопроса

Критерии оценивания

Баллы	**Критерии оценки**
36-40	Студент должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу
30-35	Студент должен: продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу
24-29	Студент должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу
менее 24	Студент демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

г) описание шкалы оценивания:

- от 90 до 100 баллов – отлично;
- от 70 до 89 баллов – хорошо;
- от 60 до 69 баллов – удовлетворительно;
- менее 60 баллов – неудовлетворительно.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Обнинский институт атомной энергетики –

филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Отделение социально-экономических наук

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Дисциплина «Электронный бизнес»

ПРИМЕР ВОПРОСОВ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа «Сущность и этапы развития электронного бизнеса»
Вариант 1.

1. Понятия «электронный бизнес» и «электронная коммерция»
2. Охарактеризуйте технологии, использовавшиеся в электронной коммерции в 1960-1990е гг.
3. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе.
4. Модели электронной коммерции
5. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России.

Критерии оценивания компетенций (результатов):

Контрольные работы проводятся 1-2 раза в семестр на модульных неделях по расписанию, устанавливаемому учебно-методическим управлением. Они проводятся в форме типовых работ с вопросами, тестов или ином виде по выбору преподавателя с учетом объема изученного материала по курсу. Контрольная работа может быть комбинированного типа: 3 вопроса, подразумевающих текстовые ответы и 5 тестовых вопросов с одним или несколькими вариантами ответа.

Оценивание студента проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Студенту, пропустившему по уважительной причине контрольную модульную работу, предоставляется возможность отработки. Отработать занятие можно по согласованию с преподавателем в четко установленные сроки в соответствии с графиком консультаций преподавателя, который имеется в отделении социально-экономических наук.

Оценивается степень усвоения теоретических знаний по следующим критериям: правильность, полнота и логичность письменного ответа, способностью проиллюстрировать ответ примерами.

Максимальный балл за контрольную работу – 15. Каждый вопрос оценивается в 3 балла. В случае использования вариантов заданий смешанного типа (вопросы, подразумевающие развернутый ответ, и тесты) баллы формируются следующим образом: 3 вопроса, максимальный балл за каждый вопрос – 4; 2 тестовых задания, 1,5 балла за верно решенный тест, 0 баллов – если в тесте выбраны не все верные варианты, или среди выбранных вариантов ответа есть ошибочные.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Обнинский институт атомной энергетики –

филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Отделение социально-экономических наук

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Дисциплина «Электронный бизнес»

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ С ПРЕДСТАВЛЕНИЕМ НА «КРУГЛОМ СТОЛЕ»)

1. Перспективы развития электронных рынков.
2. Состояние и перспективы развития электронной коммерции в России.
3. Влияние электронной коммерции на глобализацию экономических процессов.
4. Информационные системы как элемент электронной коммерции.
5. Влияние электронной коммерции на традиционные формы розничной торговли.
6. Электронная коммерция в розничной торговле.
7. Совершенствование технологии продаж через Интернет.
8. Особенности мониторинга потребительского рынка в условиях электронной коммерцции.
9. Электронные бизнес-модели в предпринимательстве.
10. Электронная коммерция: безопасность и риски.
11. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции
12. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
13. CRM как компонент обслуживания потребителей.
14. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму.
15. Стратегическое планирование в электронной коммерции.
16. Использование электронной коммерции в розничных сетевых торговых фирмах.
17. Специфика моделей электронной коммерции в сфере услуг.
18. Влияние электронной коммерции на поведение покупателей.
19. Особенности использования электронной коммерции в малом бизнесе.
20. Влияние глобализации экономики на формирование виртуальных сообществ.
21. Перспективы глобализации электронной коммерции.
22. Особенности развития электронной коммерции в Европейских странах.
23. Отличительные особенности нормативно-правового обеспечения в зарубежных странах
24. Правовое регулирование Интернет-банкинга в РФ
25. Правовое регулирование использования электронной подписи в РФ.
26. Защита прав потребителей в сфере электронной коммерции в праве РФ

27. Интернет-аукционы и характеристика их особенностей.
28. Аукцион eBay.com: алгоритм работы (статистика продаж, торгуемые товары, популярность и т.п.)
29. Дропшиппинг-платформы для Интернет-магазинов (по выбору охарактеризовать одну)
30. Китайские интернет-магазины (общая характеристика)
31. Интернет-магазин Wildberries (Amazon, Taobao, Aliexpress, Ozon и т.п.) и модель его функционирования
32. Онлайн-рынок спортивных товаров (продуктов питания, книг и т.п.)
33. Блоги как инструмент социальной коммерции
34. Twitter его использование в электронном бизнесе
35. Социальная сеть в Контакте и возможности организации на ее основе электронной коммерции
36. Facebook как инструмент социальной коммерции
37. Instagram и возможности его использования в электронной коммерции
38. Социальная сеть Одноклассники как инструмент социальной коммерции
39. Tik-Tok и возможности его использования в бизнесе
40. Landing page и продающие сайты
41. Доски объявлений (Авито, Юла и т.п.) – общая характеристика и особенности одной из досок объявлений
42. Мессенджеры и их использование в электронной коммерции: общая характеристика и примеры (можно разобрать более подробно какой-то из мессенджеров)
43. Telegram и возможности его использования в электронной коммерции
44. SMM-маркетинг
45. Мобильная коммерция в России и ее особенности
46. Рынок мобильной рекламы в РФ
47. Рынок мобильных приложений
48. Мобильный банкинг и его отличие от Интернет-банкинга (на примере…)
49. Интернет-банкинг. Преимущества интернет-банкинга для банка и клиента
50. Банковские приложения (на примере одного из банков по выбору рассказать о возможном функционале, сравнить с другими банками)
51. Электронные кошельки и их характеристика (преимущества и недостатки, алгоритм работы) – рассмотреть и пример какого-либо кошелька по выбору
52. Электронные платежные системы (доклад про любую из систем):
    - Яндекс.Деньги
    - WebMoney
    - Qiwi
    - PayPal
    - PayEER
    - Payoneer
    - Skrill
    - Advcash
    - Perfect Money
    - Epayments
53. Национальная платежная система РФ и ее характеристика

54. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор программных продуктов для создания Интернет-магазина.
55. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Структура B2B-компании.
56. Корпоративная торговая площадка. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах.
57. Электронные торговые площадки. Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках.

Показатели и критерии оценки реферата

Показатели оценки	**Критерии оценки**	**Баллы (max)**
1. Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений	2
2. Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.	2
3. Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).	2
4. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев. - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.	2
5. Презентация	- качество и полнота презентации;	2

на «круглом столе»	- соблюдение требований к презентации по оформлению	

Доклад – устное выступление студента, являющееся результатом его самостоятельной подготовки по заранее полученной теме и в соответствии с требованиями к самостоятельной работе студентов.

Выступление во время доклада, как правило, рассчитано на 6-7 минут, не может превышать установленное время, должно строго соответствовать объявленной теме. Приветствуются доклады с дополнительным использованием презентаций и мультимедийной техники.

Во время выступления студент может использовать свободную речь близко к тексту доклада, однако вправе зачитывать подготовленный им текст, демонстрируя владение материалом. Речь должна быть четкой, выразительной и эмоциональной. Обязательным элементом процедуры доклада является его обсуждение. Студентам группы предлагается задавать докладчику вопросы по теме доклада, вопросы может задавать и преподаватель. По окончании доклада организуется дискуссия.

Домашняя (внеаудиторная) подготовка доклада оценивается до 1 балла, выступление и ответы на вопросы на «круглом столе»- 1 балл. Итого за выполнение данного задания студент может получить до 2 баллов.

Критерии оценки устного выступления.

2 балла (максимальная оценка) – выступление (доклад) отличается последовательностью, логикой изложения, легко воспринимается аудиторией, при ответе на вопросы выступающий демонстрирует глубину владения представленным материалом, ответы формулируются аргументированно, обосновывается собственная позиция в проблемных ситуациях.

1 балл – выступающий передает содержание проблемы, но не демонстрирует умение выделять главное, существенное, выступление воспринимается аудиторией достаточно сложно, ответы на вопросы поверхностные, либо вызывают у докладчика затруднение.

0 баллов – доклад краткий, поверхностный, несамостоятельный, докладчик не разбирается в сути вопроса, не может представить его в аудитории.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Обнинский институт атомной энергетики –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)
Отделение социально-экономических наук

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Дисциплина «Электронный бизнес»

ПРИМЕР ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тест (вариант №1)

1. Что собой представляет концепция MRP?

А) планирование производственных ресурсов

Б) создание единого хранилища данных, содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения деловых операций

В) учет затрат предприятия

2.Что включает стандарт CSRP?

А) полный цикл от проектирования будущего изделия, с учетом требований заказчика, до гарантийного и сервисного обслуживания после продажи

Б) планирование загрузки производственных линий современных предприятий

В) расчет себестоимости и цены единицы товара

3. Что включает протокол TCP/IP?

А) транспортный протокол

Б) адресный протокол

В) пользовательский протокол

4. Перечислите виды бизнес-операций в электронной среде:

А) установление контакта, обмен информацией, предпродажная и послепродажная поддержка, акт продажи, оплата покупки, создание виртуального предприятия, реализация самостоятельных бизнес-процессов

Б) электронный магазин, электронная реклама, информационный портал, платежные системы

В) виртуальный магазин, баннерная реклама, интернет-маркетинг

5. Перечислите основные принципы функционирования Internet – экономики:

А) принцип положительной обратной связи; принцип полноты; принцип бесплатности; принцип приверженности (лояльности); принцип переоценки ценностей; принцип обратного ценообразования

Б) принцип экспоненты; принцип переломных точек. принцип возрастающего эффекта В) принцип глобализации; принцип хаоса; принцип анархии; принцип клонирования

Г) принцип системности; принцип доступности; принцип эффективности; принцип информированности

Д) принцип интегративности; принцип научности; принцип прагматичности; принцип взаимодействия спроса и предложения; принцип равновесия

7. К основным видам электронной экономической деятельности относятся:

А) электронный маркетинг; создания электронных магазинов

Б) коммерческие операции; организация распределенного совместного производства продукции

В) администрирование бизнеса; транспортное обслуживание;

Г) ведение бухгалтерского учета; разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов

Д) консалтинговые услуги; аудит отдельных сторон деятельности

Е) производство товаров; транспортировка грузов; коммунальные услуги

Ж) диагностика механизированного оборудования; оценка качества

8. Что такое Транзакция?

А) деловая операция

Б) сделка в сети

В) взаимодействие двух участников в сети

9. Перечислите основные проблемы правового обеспечения в электронной коммерции:

А) проблема защиты средств индивидуализации

Б) правовая неразрешенность вопроса об отнесении или неотнесении к средствам индивидуализации доменного имени в сети Интернет

В) проблемы защиты исключительных прав на программы

Г) неопределенность правового статуса электронных (цифровых) версий традиционных средств массовой информации

Е) регулирование трудовых отношений в виртуальном коллективе

10. Организация работы в среде электронного бизнеса основана на формировании следующих уровней:

А) концептуальный, логический, физический, технический, ресурсный, транспортный

Б) пользовательский, представления, сеансовый, транспортный, сетевой, соединений, физический

В) информационный, программный, технический, технологический, сетевой, администрирования

11. Перечислите основные компоненты инфраструктуры сетевой экономики:

А) компоненты инфраструктуры системы электронной коммерции, разновидности организационных форм

Б) программное обеспечение, сети, пользователи, техническое обеспечение, доступ к данным

В) провайдер, сетевые ресурсы, информационные ресурсы, представители электронного бизнеса

12. Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:

А) специальное ПО; СУБД; телекоммуникация и связь

Б) почтовые службы, службы доставки, курьерские службы, транспортные службы

В) виртуальная банковская система; специальные платежные системы; финансовые институты; система налогообложения и таможенных тарифов

Г) биржи труда и сырьевые биржи; фондовые биржи и финансовые биржи

Д) автоматизированное складское хозяйство; система доставки товаров и оказания услуг; служба маркетинга

Е) система безопасности актов купли-продажи; юридическое, правовое обеспечение

13. Выделите наиболее полный перечень организационно-экономических моделей электронного бизнеса:

А) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, B2G, G2C, G2G

Б) модели B2B, C2B, A2C, A2A

В) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, C2B, A2B, A2C

14. Что собой представляет модель Business-to-Bussiness (B2B)?

А) сектор, ориентированный на организацию практической работы между компаниями в процессе производства товаров или услуг

Б) сектор, ориентированный на работу компаний с индивидуальными потребителями товаров или услуг

В) виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями

Г) сектор, в котором наблюдается общение потребителей друг с другом, объединенных посещением одного web-сайта

15. Какие из перечисленных параметров не учитываются в Экономико- организационной модели определения цены на виртуальные продукты:

А) базовая цена произведенного продукта (товара)

Б) количество рассматриваемых аналогов оцениваемого продукта

В) обобщенные оценки стратегий продвижения и распределения фирм-производителей продуктов и их аналогов

Г) параметры спроса (прогнозируемое количество продаж товара, верхний и нижний пределы цены для потребителей)

Д) вектор составляющих затрат (производство, продвижение, сервисное обслуживание)

16. Какие моделиориентированы на бизнес-партнера:

А) электронная реклама

Б) электронная торговля

В) информационные услуги

Г) электронное здравоохранение Д) дистанционное обучение

Е) управление взаимоотношениями с клиентами; электронное управление закупками

Ж) электронные аукционы

З) электронные биржи

И) порталы

К) платежные системы

17. Перечислите составляющие электронного управления закупками:

А) системы электронных каталогов и агрегатов данных

Б) системы поиска встречных заявок

В) системы электронного проведения тендеров Г) системы информационного обеспечения

Д) системы интерактивного доступа

18.Перечислите виды электронных аукционов по степени информированности:

А) публичные аукционы

Б) приватные аукционы

В) тихие аукционы

Г) индивидуальный аукцион

Д) громкие аукционы

Е) датский аукцион

19. Какие модели ориентированы на конечного пользователя:

А) электронная реклама

Б) электронная торговля

В) информационные услуги

Г) электронное здравоохранение

Д) дистанционное обучение

Е) электронное управление закупками

Ж) электронные аукционы и биржи

З) порталы

20. Определите составляющие интернет-маркетинга:

А) баннерная реклама и public relations

Б) электронная торговля товарами и услугами

В) методы и средства проведения эффективных рекламных кампаний

Г) методика проведения маркетинговых исследований в Интернете

Д) методы разработки рекламных сообщений

Е) способы правильного позиционирования торговой марки на рынке

Ж) платежная система Интернета, службы доставки товара

21. Перечислите основные коммуникации интернет-маркетинга:

А) спам

Б) e-mail-маркетинг

В) подпись к сообщениям e-mail

Г) поиск клиентов, заказчиков и партнеров

Д) организация почтовой рассылки

Е) реклама

Ж) электронный магазин

З) платежная система

22.. Баннерная реклама – это …

А) использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)

Б) комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом

В) прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге

Г) вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

Критерии оценивания компетенций (результатов):

Правильный ответ на каждое тестовое задание оценивается в 1 балл.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Обнинский институт атомной энергетики –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Отделение социально-экономических наук

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Дисциплина «Электронный бизнес»

ПРИМЕР ВОПРОСОВ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Оценочные средства представлены тематикой и вопросами, разработанными для обсуждения на семинарских занятиях.

Тема 1.
Вопросы:
1. Экономические и технологические предпосылки появления электронной коммерции
2. Основные этапы развития электронной коммерции.
3. Современное состояние электронной коммерции в РФ.
4. Инновационные технологии оптовой и розничной электронной торговли
5. Основные способы формирования цепочек добавления потребительской стоимости в кибер-пространстве.

Тема 2.
Вопросы:
1. Электронный бизнес и электронная коммерция: общее и отличия.
2. Основные виды электронной коммерции.
3. Структурные элементы электронного бизнеса
4. Преимущества электронной коммерции для поставщиков, продавцов и покупателей
5. Недостатки электронной коммерции.

Тема 3.
Вопросы:
1. Сетевая экономика.
2. Принципы функционирования сетевой экономики.
3. Создание и функционирование виртуального предприятия
4. Формирование концепции виртуального предприятия.
5. Этапы создания виртуального предприятия.

Критерии оценивания компетенций (результатов):

Устный опрос проходит в форме развернутой беседы – творческой дискуссии, основанной на подготовке всей группы по объявленной заранее теме при максимальном участии в обсуждении студентов группы. Как правило, один студент раскрывает один вопрос темы, давая наиболее полный ответ. Остальные делают дополнения, высказывают различные суждения и аргументацию, могут задавать вопросы друг другу и преподавателю. Преподаватель направляет ход дискуссии, обращая внимание на существующие научные и практические проблемы обсуждаемой темы, предлагая студентам найти собственное их решение.

Описание шкалы оценивания:

Максимальная оценка за устное выступление и работу на семинарском занятии – 5 баллов.

5 баллов – студент дает полный ответ на поставленный вопрос, его речь свободна и грамотна, конспект не зачитывается, а используется лишь как опорный, студент делает важные дополнения по существу других вопросов, значительно проясняющие отдельные аспекты, которые не являются повторами, хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует знание источников, библиографии, различных точек зрения по изучаемой теме, умеет анализировать тексты, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи.

3 балла – студент хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение критически анализировать источники и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, однако не проявляет активность в работе группы на семинаре (готовится и отвечает только на один вопрос семинарского занятия).

1-2 балла – студент неполно владеет материалом, при изложении фактического материала допускает отдельные неточности, знает различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, умеет излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер, при ответе активно пользуется конспектом вплоть до его зачитывания.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Обнинский институт атомной энергетики –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Отделение социально-экономических наук

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «Цифровая трансформация компании»
Дисциплина «Электронный бизнес»

ПРИМЕР ИНДИВИДУАЛЬНОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ (ИДЗ)

а) типовые задания (вопросы) – образец:

Выполнение индивидуального домашнего задания (ИДЗ) предполагает ряда аналитических заданий по следуюзщим темам: «Платежные системы электронной коммерции», «Разработка медиа-плана для бизнеса», «Сравнительная характеристика организаций сектора B2C», «Сранвительная характеристика организацией сектора B2B»

Вопросы к ИДЗ:

1. Дайте сравнительную характеристику двух электронных платёжных систем (самостоятельно выбрать 2 российские или российскую и зарубежную ЭПС) по предложенным характеристикам. Результаты работы оформите в виде таблицы. После заполнения таблицы сделайте вывод.

Характеристика	ЭПС1 (название)	ЭПС 2(название)
• Основные возможности • Процесс регистрации • Процесс ввода денег • Процесс вывода денег • Взимаемые комиссии • Пооедрживаемые титульные знаки • Сервис и дополнительные услуги		

2. Для самостоятельно выбранной в сети Интернет организации

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

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

3. Смоделируйте процесс покупки выбранного товара (услуги) из самостоятельно выбранной товарной категории. Проанализируйте типовую структуру электронных магазинов. Проведите сравнительный анализ рассмотренных электронных магазинов по при-веденным критериям. Результат анализа занесите в отчёт.

   Товарная группа (может быть выбрана и иная товарная группа, группы приведены для примера):

- Аудио, видео
- Книжная продукция
- Компьютерная техника
- Лекарственные препараты
- Мебель, предметы интерьеры
- Одежда, обувь
- Парфюмерия, косметика
- Программное обеспечение
- Продукты питания
- Средства связи

Пользуясь средствами поиска сети Интернет, найдите 4 электронных магазина, торгующих соответствующими товарами (услугами), и занесите названия и web-адреса магазинов в отчет. Для осуществления процесса покупки в большинстве электронных магазинов необходимо пройти регистрацию. При нежелании предоставлять реальные данные о себе (имя, адрес, e-mail) в процессе регистрации можно ввести данные, не соответствую-щие действительности.

Примечание: В процессе покупки подтверждения заказа НЕ ДЕЛАТЬ!

После завершения процесса покупки занести в отчёт ответы на указанные ниже вопросы по каждому из четырёх электронных магазинов:

1) Оцените товарный ассортимент магазина (наличие разделов и подразделов).

2) Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы)?

3) Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара (услуги).

4) Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.

5) Отметьте наличие (отсутствие) графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.

6) Проводилась (и на каком этапе) или нет регистрация посетителя. Какие сведения потребовались?

7) Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов)?

8) Перечислите предлагаемые электронным магазином системы оплаты.

9) Перечислите предлагаемые электронным магазином системы доставки.

По результатам выполнения данного задания необходимо заполнить таблицу:

Критерии оценки	Интернет-магазин			
	1	2	3	4
1. Скорость загрузки сайта 2. Полнота текстового описания 3. Степень дружественности интерфейса 4. Графическое и мультимедийное описание 5. Удобство системы регистрации 6. Дополнительные сервисные услуги 7. Полнота онлайновой помощи 8. Стоимость выбранного товара 9. Количество товарных разде-лов 10. Количество шагов при поиске 11. Количество систем оплаты 12. Количество систем доставки				

Проанализируйте результаты таблицы. Расположите вышеперечисленные критерии по убыванию их важности для покупателя. Расположите электронные магазины по степени удовлетворения вышеуказанным критериям. Определите «лучший» и «худший» магазин.

4. Необходимо самостоятельно товарный сектор для организаций сектора B2B из списка ниже или предложить сектор по своему выбору:

- ИТ и телекоммуникации
- Лесопромышленность
- Офисная и канцелярская продукция
- Промышленное оборудование
- Рынок металлов
- Сельское хозяйство и продукты питания
- Строительство
- Топливно-энергетический комплекс
- Транспорт
- Упаковка

Выберите не менее 2 предприятий сектора B2B по сектору рынка и занесите их названия и web-адреса в отчет. После просмотра каждого из найденных предприятий занесите в отчет ответы на указанные ниже вопросы:

1) Оцените представленный каталог товаров, услуг, организаций.

2) Оцените возможности поисковой системы по поиску товаров, услуг, организаций.

3) Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.

4) На каком этапе проводится регистрация посетителя. Каковы требования для регистрации.

5) Предлагаются ли какие-либо дополнительные услуги для клиентов (документация, постановления, обзоры, статьи, новости, биржи труда и т.п.).

6) Присутствует ли возможность участия в тендерах. Можно ли просмотреть существующие заявки на покупку, продажу, экспорт, импорт. Доступна ли информация о ценах.

7) Имеется ли online-помощь.

8) Каковы источники дохода каждой из площадок.

2. Проанализируйте результаты и сделайте выводы об отличительных особенностях каждого из рассмотренных предприятий.

б) критерии оценивания компетенций (результатов):

Выполнение индивидуального домашнего задания оценивается по следующим критериям:

1. правильность и полнота расчетов и обоснований;
2. умение применять различные инструменты и модели контроллинга для проведения анализа и обоснования выводов;
3. обоснованность выводов и предложений;
4. умение интерпретировать данные дополнительных форм бухгалтерской отчетности для более детального обоснования полученных выводов;
5. умение использовать специальную терминологию и выбирать методы анализа;
6. оригинальность работы (оценка оригинальности по системе «Антиплагиат. Вуз» - www.mephist. antiplagiat.ru должна быть не менее 70%)

в) описание шкалы оценивания

Максимально за подготовку индивидуального домашнего задания студент может получить 10 баллов, максимальная оценка за каждый блок задания составляет 2,5 балла.

Оценка за выполненный блок формируется следующим образом:

2,5 балла - все расчеты и обоснованиявыполнены верно, методики использованы корректно, выводы обоснованы, для обоснования выводов и предложений представлен детальный анализ дополнительных форм внутренней отчетности, терминология используется корректно и ее использование полностью соответствует содержанию блока, полученные рекомендации обоснованы анализом действующего законодательства.

2 балла - все расчеты и обоснования выполнены верно, выводы обоснованы,

для обоснования выводов и предложений представлен детальный анализ дополнительных форм отчетности, терминология используется корректно и ее использование полностью соответствует содержанию блока, полученные рекомендации обоснованы анализом действующего законодательства, но имеются незначительные неточности в выводах, или рассмотрены не все аспекты проблемы.

1,5 балл - расчеты выполнены в целом верно, выводы обоснованы, терминология используется корректно и ее использование полностью соответствует содержанию блока, однако для обоснования рекомендаций не достаточно полно используется дополнительная отчетность и анализ действующего законодательства.

1-0,5 балла - в расчетах присутствуют ошибки, выводы носят описательный характер. Рекомендации схематичны, не представлен анализ дополнительных форм отчетности и действующего законодательства для обоснования рекомендаций.

0 баллов – блок задания не выполнен, или выполнен с грубыми ошибками: ошибки в расчетах и использовании формул, отсутствие выводов или их несоответствие практике.