

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.15.01 Информационные технологии электронного бизнеса

38.03.05 Бизнес-информатика

Электронный бизнес

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.1 Применяет методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	<p>знает методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий</p> <p>умеет применять методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий</p> <p>владеет навыками методами исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий</p>
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.3 Выбирает рациональные решения для управления бизнесом на основе анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	<p>знает решения для управления бизнесом на основе анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий</p> <p>умеет выбирать рациональные решения для управления бизнесом на основе анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий</p> <p>владеет навыками навыками выбора рациональных решений для управления бизнесом на основе анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий</p>
ОПК-6 Способен выполнять отдельные задачи в рамках коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий.	ОПК-6.3 Вырабатывает и применяет новые решения в области информационно-коммуникационных технологий	<p>знает информационно-коммуникационные технологии</p> <p>умеет применять новые решения в области информационно-коммуникационных технологий</p> <p>владеет навыками выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий</p>

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Информационные технологии электронного бизнеса			
1.1.	Информационные технологии электронного бизнеса	5	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ОПК-6.3	Тест
2.	2 раздел. КТ			
2.1.	КТ 1	5	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ОПК-6.3	Тест
2.2.	КТ 2	5	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ОПК-6.3	Тест
2.3.	КТ 3	5	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ОПК-6.3	Тест
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			

2	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов
---	---------	--	----------------------------------

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Информационные технологии электронного бизнеса"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

1. Электронный бизнес представляет собой:

- а) только продажу товаров через Интернет;
- б) использование информационных технологий для осуществления бизнес-процессов;
- в) только рекламу товаров в сети Интернет;
- г) только электронную переписку с клиентами.

2. К субъектам электронного бизнеса относятся:

- а) покупатели, продавцы, посредники, поставщики услуг;
- б) только государственные учреждения;
- в) только банки;
- г) только интернет-магазины.

3. Модель В2С означает взаимодействие:

- а) бизнеса с бизнесом;
- б) бизнеса с потребителем;
- в) потребителя с потребителем;
- г) государства с бизнесом.

4. К преимуществам электронного бизнеса относится:

- а) расширение рынка сбыта;
- б) снижение скорости обслуживания клиентов;
- в) отсутствие необходимости в информационной безопасности;
- г) полный отказ от использования информационных систем.

5. К основным видам бизнес-моделей электронного бизнеса относятся:

- а) В2В, В2С, С2С, В2G;
- б) только В2В;
- в) только В2С;
- г) только С2С.

6. Интернет-магазин — это:

- а) сайт, предназначенный для представления и продажи товаров или услуг через Интернет;
- б) только рекламный баннер;
- в) программа для бухгалтерского учета;
- г) только электронная почта организации.

7. К основным элементам интернет-магазина относятся:

- а) каталог товаров, корзина, система оплаты, личный кабинет;

- б) только главная страница;
- в) только форма обратной связи;
- г) только логотип компании.

8. B2B-компания ориентирована на взаимодействие:

- а) с другими организациями;
- б) только с физическими лицами;
- в) только с государственными органами;
- г) только с социальными сетями.

9. Корпоративный сайт предназначен для:

- а) представления информации об организации, товарах, услугах и контактах;
- б) хранения личных фотографий;
- в) запуска компьютерных игр;
- г) замены всех внутренних документов организации.

10. Электронная торговая площадка обеспечивает:

- а) взаимодействие продавцов и покупателей в электронной среде;
- б) только печать документов;
- в) только хранение архивов;
- г) только отправку SMS-сообщений.

11. Электронная платежная система предназначена для:

- а) осуществления расчетов в электронной форме;
- б) только хранения фотографий;
- в) только создания презентаций;
- г) только защиты компьютера от вирусов.

12. К средствам интернет-рекламы относятся:

- а) контекстная реклама, баннерная реклама, реклама в социальных сетях;
- б) только печатные газеты;
- в) только наружные вывески;
- г) только устные объявления.

13. Проектирование интернет-проекта начинается с:

- а) определения целей, задач и целевой аудитории;
- б) случайного выбора цвета сайта;
- в) удаления информации о конкурентах;
- г) отказа от анализа рынка.

14. Бизнес-план интернет-проекта включает:

- а) описание проекта, анализ рынка, финансовый план, оценку рисков;
- б) только название сайта;
- в) только список сотрудников;
- г) только логотип компании.

15. Эффективность интернет-проекта можно оценивать по:

- а) посещаемости сайта, конверсии, объему продаж, уровню удовлетворенности клиентов;
- б) количеству случайных изображений на сайте;
- в) размеру шрифта;
- г) цвету фона страницы.

**Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

1. Электронный бизнес как система, его субъекты.
2. Особенности виртуального бизнеса в России.
3. Понятие и классификация бизнес-моделей электронного бизнеса.
4. Структура B2C-компаний.
5. Цели и бизнес-идея B2C-компаний.
6. Понятие бизнеса и предпринимательской деятельности.
7. Особенности применения бизнес-моделей в электронном бизнесе.
8. Способы доставки товаров в интернет-магазинах.
9. Структура интернет-магазина.
10. Структура B2B-компаний.
11. Цели и бизнес-идея B2B-компаний.
12. Формы участия и партнерства в B2B-проектах.
13. Структура корпоративного сайта.
14. Структура торговых площадок в сети Интернет.
15. Отличия российских и зарубежных B2B-компаний.
16. Отличия российских и зарубежных B2C-компаний.
17. Системы электронных платежей в сети Интернет.
18. Рекламный бизнес в сети Интернет.
19. Этапы проектирования интернет-проекта.
20. Исходные данные для бизнес-планирования интернет-проекта.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Современные тенденции развития электронного бизнеса в России.
2. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса.
3. Бизнес-модели электронного бизнеса и их применение.
4. Особенности развития B2C-сегмента в электронной коммерции.
5. Особенности развития B2B-сегмента в электронной коммерции.
6. Маркетплейсы как инструмент электронного бизнеса.
7. Интернет-магазин: структура, функции и этапы создания.
8. Системы электронных платежей в электронном бизнесе.
9. Информационная безопасность в электронном бизнесе.
10. CRM-системы в электронном бизнесе.
11. Роль цифрового маркетинга в продвижении электронного бизнеса.
12. Использование социальных сетей в электронном бизнесе.
13. Аналитика данных в электронном бизнесе.
14. Электронный документооборот в бизнес-процессах организации.
15. Перспективы развития электронного бизнеса в аграрном секторе.