

Министерство образования Республики Беларусь
УО «Белорусский государственный экономический университет»

Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости

Климченя Л.С.

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий
по учебной дисциплине «**Электронная коммерция**» для студентов
специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»
(заочная форма обучения).

МИНСК 2019

1. Общие положения

Одной из эффективных форм текущего контроля знаний студентов является выполнение тестовых заданий. Они основываются на комплексе знаний, умений и навыков, которыми должны обладать студенты по учебной дисциплине.

Учебная дисциплина «Электронная коммерция» относится к числу специальных учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки специалистов в сфере предпринимательской деятельности, в частности в организации торговли продовольственными и непродовольственными товарами. Использование ими в своей профессиональной деятельности знаний в области электронной коммерции будет способствовать эффективной работе торговых организаций, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих предпринимательскую деятельность на рынке товаров народного потребления.

Цель преподавания учебной дисциплины – формирование у студентов профессиональных знаний в области осуществления электронной коммерции, позволяющих находить обоснованные управленческие решения в предпринимательской деятельности с использованием информационных технологий. Понятие электронной коммерции является одним из основополагающих для систем электронного бизнеса, предполагающей осуществление большинства бизнес-процессов электронным образом на основе использования информационно-коммуникационных технологий.

Предметом учебной дисциплины являются системы, формы и способы осуществления коммерческих операций при помощи информационных технологий.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у будущих специалистов теоретических знаний в сфере электронной коммерции и сетевой экономики;
- формирование знаний о системах и формах электронной коммерции и тенденциях их развития в отечественной и зарубежной практике;
- приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- знакомство с новейшими достижениями в области создания единых технологических цепей товародвижения;
- освоение новых подходов к созданию современных интегрированных торговых систем;
- формирование навыков определения затрат на внедрение и использование форм электронной коммерции, а также эффективности внедрения форм электронной коммерции.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основную терминологию по учебной дисциплине;
- системы и формы электронной коммерции;

- принципы создания и механизм функционирования форм электронной коммерции;
- новейшие достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий товародвижения;
- новые подходов к созданию современных интегрированных торговых систем.

уметь:

- свободно разбираться в современной терминологии по электронной коммерции;
- обосновывать необходимость и целесообразность использования технологий электронной коммерции на торговых объектах;
- использовать имеющиеся методики оценки эффективности использования форм электронной коммерции в предпринимательской деятельности на потребительском рынке;

владеть:

- способами решения наиболее распространенных задач в области организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- навыками организации торговых процессов на основе использования сетевых компьютерных технологий;
- алгоритмом внедрения форм электронной коммерции в деятельности торговых организаций и индивидуальных предпринимателей.

2. Организации выполнения тестов

Тестовые задания для студентов заочной формы обучения специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность» представлены в базе данных УО «БГЭУ» под название теста «Электронная коммерция».

Тестирование студентов проводится в межсессионный и сессионный периоды в специально отведенных компьютерных классах *№ 103 (2 учебный корпус), № 101 (4 учебный корпус), 410 (5 учебный корпус)*, а также других свободных компьютерных классах университета. В каждом компьютерном классе имеется расписание проведения тестирования для студентов заочной формы обучения.

Информация о наличии свободных компьютерных классов (для проведения тестирования) размещается и еженедельно обновляется на официальном сайте Белорусского государственного экономического университета в разделе «Студенту» → «Тестирование» → «Свободные лаборатории» (<http://bseu.by/russian/test/freelabs.htm>).

Не проводится компьютерное тестирование для студентов заочной формы обучения в компьютерных классах университета каждый 3-й четверг месяца в связи с выполнением работ преподавателями кафедр по обновлению, корректировке базы тестовых заданий.

Тестовые задания по учебной дисциплине «Электронная коммерция» для одного студента включают 13 вопросов. Время выполнения – 20 минут.

Тестовые задания содержат типы вопросов, предусматривающие выбор правильного ответа из списка (правильный ответ только один).

Тестовое задание считается сданным, если студент правильно ответил на 60 и более процентов вопросов (порог сдачи теста – 60 %).

Внимание: Прежде чем приступить к выполнению тестового задания в компьютерных классах университета внимательно ознакомьтесь с порядком работы тестирующей программы.

3. Содержание тестовых заданий

Для подготовки к сдаче теста необходимо изучить следующие разделы (темы) учебной дисциплины:

- 1 Введение в электронный бизнес и сетевую экономику
- 2 Теоретические основы электронной коммерции
- 3 Системы электронной коммерции
- 4 Формы электронной коммерции
- 5 Организационные и правовые основы электронной коммерции
- 6 Организация продажи в электронных магазинах
- 7 Организация торгов в Интернете
- 8 Электронная коммерция в индустрии услуг
- 9 Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции
- 10 Продвижение товаров и услуг в Интернете
- 11 Эффективность электронной коммерции
- 12 Безопасность электронной коммерции

Отдельное тестовое задание включает вопросы из указанных разделов.

В каждом вопросе представлено 4 варианта ответов, из которых только один является правильным.

Перечень тестовых заданий включает все темы учебной дисциплины «Электронная коммерция» и соответствует учебной программе.

При подготовке к сдаче теста рекомендуется использовать следующие литературные источники:

Основная литература:

1. Алексунин, В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие / В.А. Алексунин, В.В. Родигина. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2008.- 216 с.

2. Климченя, Л.С. Электронная коммерция. Учебное пособие / Л.С. Климченя. – Минск: Высш.шк., 2004.- 191 с.

3. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / под ред. проф. С.В.Пирогова. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2011.- 685 с.

4. Сибирская, Е.В. Электронная коммерция: Учебное пособие/ Е.В. Сибирская, О. А. Старцева. - М.:ФОРУМ, 2013. - 288 с.

5. Электронная коммерция: учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф.Никишкин, Т.В.Панкина.- М.: ИД Форум, НИЦ Инфра-М, 2015 – 256 с.

Дополнительная литература:

6. Айзенберг, Брайан. Добавьте в корзину: ключевые принципы повышения конверсии веб-сайта / Брайан Айзберг. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.- 304 с.
7. Бугорский, В.Н. Сетевая экономика: учебное пособие / В.Н. Бугорский. – М.: Финансы и статистика, 2008.- 256 с.
8. Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса: учебное пособие / Л.П.Гаврилов. – М.: Солон-пресс, 2014. – 592 с.
9. Жуков, Ю.В. Основы веб-хакинга: нападение и защита / Ю.В. Жуков. – СПб.: Мир книг, 2012.- 206 с.
10. Одинцов, Б.Е. Информационные ресурсы и технологии в экономике: учебное пособие / Б.Е. Одинцов, А.Н. Романов.- М.: Инфра-М, 2015 – 466 с.
11. Стасеня, Г.П. Электронная коммерция: курс лекций для студентов заочной формы обучения / Г.П. Стасеня. – Витебск: ВГТУ, 2009.- 32 с.
12. Электронная коммерция: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – М.: Форум: Инфра-М, 2012.- 192 с.
13. Энциклопедия Интернет-рекламы / под ред. Т.Бокарева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.book.promo.ru>

4. Примеры отдельных вопросов и варианты ответов на них

1. Деятельность, относящаяся ко всем формам сделок, связанным с коммерческой активностью и основанных на обработке и передаче информации, называется...

- а) сетевая экономика;
- б) электронная торговля;
- в) электронный бизнес;
- г) электронная коммерция.

Ответ: *Электронный бизнес* представляет собой деловую активность с преобразованными бизнес—процессами за счет применения информационных технологий в целях преобразования внутренних и внешних связей и обеспечения более высокой эффективности деятельности.

2. Для этой системы электронной коммерции характерна жесткая конкуренция, ведущая к агрессивному маркетингу, высоким затратам на рекламу и ценовым «войнам»

- а) государство-бизнес;
- б) бизнес-потребитель;
- в) потребитель-государство;
- г) потребитель-потребитель.

Ответ: Система электронной коммерции — комплекс наиболее существенных рыночных отношений и информационных потоков, которые связывают коммерческую организацию (субъекта) с рынком. Основные системы электронной коммерции: «бизнес—бизнес» (business—business, В—В), «бизнес—потребитель» (business—consumer, В—С), «бизнес—правительство» (business—government, В—G), «потребитель—правительство» (consumer—government, С—G), «потребитель—потребитель» (consumer— consumer, С—С). Учитывая, что агрессивный маркетинг направлен на побуждение покупателей к покупке товаров у конкретного продавца, то *это система «бизнес-потребитель»*.

3. Для этого вида электронного магазина не характерна функция автоматического оформления покупки и наличие механизма электронных платежей

- а) готовый коробочный продукт;
- б) торговый автомат;
- в) автоматизированный магазин;
- г) электронная витрина.

Ответ: *Электронная витрина* – специализированный Web-сайт, содержащий подробную информацию о предлагаемых к продаже товарах и обеспечивающий возможность размещения заказа, который затем поступает в обычный офис по электронной почте.

4. К основным направлениям деятельности электронных торговых площадок, приносящих доходы, не относят:

- а) профессиональные услуги;
- б) комиссии за транзакции;
- в) заключение сделок;
- г) организация подписки.

Ответ: Экономическая основа функционирования электронных торговых площадок — плата за каждую сделку (транзакцию), т. е. комиссионный сбор от заключенных сделок. Кроме этого, торговые электронные площадки получают доход от оказания профессиональных услуг, продажи программных продуктов, организации подписки и размещения рекламы. Следовательно, правильный ответ «В) заключение сделок».

5. К методам размещения баннеров на сайтах в :

- а) за определенную плату;
- б) по договору;
- в) через службы обмена баннерами;
- г) плавающее.

Ответ: Баннер – графический файл или текстовый блок рекламного характера, при нажатии на который происходит переход на рекламируемую им страницу. Существует три основных метода размещения баннеров: использование специальных служб обмена, обмен баннерами по договору, платное размещение. Следовательно, правильный ответ «Г) плавающее».