

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**»
(заочная форма обучения).

МИНСК

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 продажи продовольственных и непродовольственных товаров с использованием информационно-коммуникационных технологий. Использование ими в своей профессиональной деятельности знаний в области электронной коммерции будет способствовать эффективной работе торговых организаций, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих предпринимательскую деятельность на цифровом 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 названием теста «Основы градостроительства» и размещены на образовательной платформе <https://test.bseu.by/>.

Тестовые задания по учебной дисциплине «Электронная коммерция» для студентов ЗФО для одного студента включают 10 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 6 и более вопросов (порог сдачи теста соответственно 60 %).

Внимание: Прежде чем приступить к выполнению тестового задания на образовательном портале университета внимательно ознакомьтесь с порядком работы тестирующей программы.

3. Содержание тестовых заданий

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

- Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию
- Системы и формы электронной коммерции
- Организационные и правовые основы электронной коммерции
- Безопасность электронной коммерции
- Организация продаж в электронной коммерции
- Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции
- Продвижение товаров и услуг в Интернете
- Эффективность электронной коммерции

Представленные в учебной программе темы сгруппированы в пять категорий теста.

Представлен и обучающий тест.

Внимание. Для проработки учебного материала можно воспользоваться опорным конспектом лекций, размещенным

- на образовательном портале Moodle

<https://elearning.bseu.by/course/view.php?id=637§ion=0>

- в электронной библиотеке БГЭУ

<http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/9528>.

Каждое 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 содержанию учебной программе.

При подготовке к сдаче теста рекомендуется использовать следующие литературные источники:

Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Л. П. Гаврилов ; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. – М.: Юрайт, 2016 . - 363, [1] с. : ил. - (Бакалавр - Магистр. Академический курс).
2. Климченя, Л.С. Электронная коммерция. Учебное пособие / Л.С. Климченя. – Минск: Минск : Вышэйшая школа, 2004.- 191 с.
3. Сибирская, Е. В. Электронная коммерция: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии торговли и общественного питания" / Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. – М.: ФОРУМ, 2013. - 287 с.
4. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. - Санкт-Петербург: Лань, 2019. - 258 с.

Дополнительная литература:

5. Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса: учебное пособие / Л.П.Гаврилов. – М.: Солон-пресс, 2014. – 592 с.
6. Жильцова, О.Ю. Интернет-маркетинг: Учебник/ О.Ю.Жильцова. – М.: Издательство Юрайт, 2018.- 301 с.
7. Климченя, Л. С. Электронная коммерция : электронный учебно-методический комплекс для студентов специальностей 1-25 01 09 "Товароведение и экспертиза товаров", 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность", 1-25 01 14 "Товароведение и торговое предпринимательство" [Электронный ресурс] / Л. С. Климченя. – Минск: БГЭУ, 2020. – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/9528>. – Дата доступа: 01.03.2022.
8. Стасеня, Т. П. Электронная коммерция : курс лекций : для студентов заочной формы обучения специальности 1-25 01 10 "Коммерческая дея-

- тельность" [Электронный ресурс] / Т. П. Стасеня, А. С. Дягилев, О. Г. Мандрик ; Министерство образования Республики Беларусь, Учреждение образования "Витебский государственный технологический университет". — Витебск: ВГТУ, 2021. — Режим доступа: <http://www.rep.vstu.by/handle/123456789/14421?show=full>. — Дата доступа: 01.03.2022.
9. Румянцев, Д.М. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход. / Д.М. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
 10. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение 4-й волны). / Ф.И. Шарков – М.: Дашков и К°, 2017. – 260 с.

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.

Источник: Опорный конспект лекций «Электронная коммерция»
<https://elearning.bseu.by/course/view.php?id=637§ion=0>

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) бизнес-бизнес.

Ответ: Учитывая, что агрессивный маркетинг направлен на побуждение покупателей к покупке товаров у конкретного продавца, то это система «бизнес-потребитель».

Дополнительно: 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, B—B), «бизнес—потребитель» (business—consumer, B—C), «бизнес—правительство» (business—government, B—G), «потребитель—правительство» (consumer—government, C—G), «потребитель—потребитель» (consumer—consumer, C—C).

Источник: Опорный конспект лекций «Электронная коммерция»
<https://elearning.bseu.by/course/view.php?id=637§ion=0>

3. Для этого вида интернет-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.

Источник: Опорный конспект лекций «Электронная коммерция»
<https://elearning.bseu.by/course/view.php?id=637§ion=0>

4. К основным направлениям деятельности электронных торговых площадок, приносящих доходы, можно отнести:

- 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. Кроме этого, торговые электронные площадки получают доход от

оказания профессиональных услуг, продажи программных продуктов, организации подписки и размещения рекламы.

5. Выделяют следующие методы размещения баннеров:

- а) за определенную плату;
- б) косвенное размещение;
- 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.

Источник: Опорный конспект лекций «Электронная коммерция»
<https://elearning.bseu.by/course/view.php?id=637§ion=0>