

Федеральное агентство по образованию  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой КиТ

\_\_\_\_\_ Е.С.Новопашина

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2007г.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ  
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

для специальности 080301- « Коммерция (торговое дело)»

Составитель: Е.Л.Ермолаева

Благовещенск

2007 г.

Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
факультета социальных наук  
Амурского государственного  
университета

*Е.Л.Ермолаева*

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Электронная коммерция» для студентов очной и заочной форм обучения специальности 080301- « Коммерция (торговое дело)». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007. – 46 с.

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной и заочной форм обучения по специальности 080301- « Коммерция (торговое дело)» для формирования специальных знаний в области электронной коммерции.

© Амурский государственный университет, 2007

## ВВЕДЕНИЕ

Особенностью развития современного бизнеса является возникновение новой среды, которая стала активно использоваться в экономических отношениях - Интернета. Традиционная экономика испытывает сильнейшее влияние электронной составляющей деловых отношений, генерирующей прогрессивные формы осуществления бизнес-процессов, под воздействием которых меняется не только структура субъектов рынка, но и технология управления ими.

Лидирующее положение в этом процессе занимает сфера обращения. Средства Интернета активно используются в отношениях между торговыми организациями и покупателями, в области решения задач управления процессами товародвижения, мониторинга рынка, эффективных взаимоотношений с поставщиками, партнерами по бизнесу, государственными органами.

В настоящее время практическую реализацию проектов в области электронной коммерции осуществляют, как правило, специалисты по информационным технологиям, не обладающие необходимым объемом экономических знаний, что заметно сдерживает удовлетворение потребностей российской экономики.

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 **Целью** изучения учебной дисциплины является овладение базовыми знаниями, представлениями и навыками в области электронной коммерции,

подготовка специалистов в различных областях предпринимательства с углубленным пониманием прикладных информационных технологий.

1.2 **Задача** — формирование системного подхода к теоретическим основам и практическим аспектам реализации электронной коммерции как интегрированному направлению деятельности, основанной на полученных знаниях и практических навыках.

1.3 Дисциплина «Электронная коммерция» тесно связана с такими курсами, как «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Маркетинг», «Менеджмент», «Финансы», «Микроэкономика», «Экономика торгового предприятия»,

«Организация и технология торгового предприятия», «Информационные технологии».

### **Требование к выпускникам**

В результате изучения данной дисциплины студенты должны:

**Знать:** основные направления развития электронной коммерции, её инструменты и особенности, виды и специфику финансовых Интернет-услуг, устройство и принципы функционирования электронных платёжных систем.

**Уметь:** пользоваться понятийным аппаратом, анализировать финансовую, нормативную и экономико-технологическую информацию в области электронной коммерции, совершать покупки в Интернет с использованием различных видов электронных платёжных систем и пользоваться финансовыми услугами.

**Иметь представление:** об основах Web-бизнеса, устройстве и принципах функционирования виртуальных магазинов, а также о системах безопасности используемых при расчётах через Интернет.

Для более глубокого усвоения материала и выработки навыков научного мышления проводятся лекционные занятия. Лабораторные занятия проводятся в Интернет-классах. Для подготовки к занятиям студентам необходимо ознакомиться с указанной в программе курса учебной и методической литературой, а также с информацией размещённой на Web-сайтах. Круг используемых информационных источников может быть согласован с преподавателем индивидуально. Курс заканчивается зачётом.

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1 Федеральный компонент**

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к специалисту в области коммерции. Относится к региональному (вузовскому) компоненту, циклу общепрофессиональные дисциплины.

### **2.2 Наименование тем, их содержание, объем в часах лекционных занятий.**

Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции -2 часа.

Современная Интернет-экономика. Основные понятия электронной коммерции. Концептуальные модели электронных транзакций и их классификация. Бизнес-логика

электронной коммерции. Факторы развития электронной коммерции. Структура электронного рынка. Классификация бизнес-моделей электронной коммерции. Достоинства и недостатки электронной коммерции.

Тема 2. Системы электронной коммерции в секторе B2C: подходы к построению бизнес-операций - 2 часа.

Влияние модели B2C на макросреду. Связь между традиционной и электронной коммерцией. Построение бизнес-модели торговых операций. Формирование управляемых параметров торговых операций в Интернет- среде. Влияние управляемых параметров торговой операции на экономические показатели фирмы.

Тема 3. Организация розничной торговли в Интернете- 2 часа.

Понятия и преимущества Интернет-магазина. Бизнес модели Интернет-торговли. Классификация моделей розничной Интернет-торговли по степени автоматизации торгово-технологических процессов. Организация технологического процесса он-лайн торговли. Персонал Интернет-магазина. Методы привлечения покупателей в Интернет магазины. Розничная Интернет-торговля в России. Виртуальные аукционы.

Тема 4. Системы оплаты товаров и услуг в Интернет e- 2 часа.

Основные способы оплаты товаров и услуг. Платежные системы Интернета: требования и разновидности. Системы электронных платежей в России.

Тема 5. Системы электронной коммерции в секторе B2B- 2 часа.

Факторы, повышающие эффективность бизнес операций. Особенности построения бизнес модели B2B. Развитие закупок через Интернет. Развитие сектора B2B в России.

Тема 6. Электронная коммерция в индустрии услуг\_- 2 часа.

Услуги Интернета. Банковские услуги в Интернете. Интернет-трейдинг. Сайтпромоутинг. Туристические услуги. Интернет-страхование. Дистанционное обучение в Интернете. Коммуникативные услуги в Интернете.

Тема 7. Технические аспекты создания систем электронной коммерции\_- 2 часа.

Размещение web-сайта. Классификация web-сайтов. Основные технологии создания web-сайтов. Использование баз данных для создания динамического сайта. Внедрение корпоративных информационных систем в структуру Электронной

коммерции.

Тема 8. Мошейничество и безопасность в электронном бизнесе - 2 часа.

Защита информации в Интернет. Накрутка. Киберпреступность: понятие, виды. Способы защиты от киберпреступности.

Тема 9. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции - 2 часа.

Обзор существующего законодательства. Законодательные документы находящиеся в стадии разработки. Коммерческая информация. Практика формирования законодательства по электронной коммерции за рубежом.

**2.3. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах.**

Структура лабораторных работ и задания представлены в методическом пособии «Электронная коммерция». Задания для лабораторных работ. Для студентов очной и заочно-сокращенной формы обучения специальности «Коммерция (торговое дело)».

№ работы	Наименование	Количество часов
1	Работа с поисковыми серверами	2
2	Работа с русскоязычными web-страницами в сети Интернет	2
3	Работа со специализированными базами данных в сети Интернет	2
4	Анализ индексов деловой активности	2
5	Оценка Интернет-ресурсов с маркетинговой позиции	2
6	Использование Интернет для продажи товаров и услуг	2
7	Анализ Интернет магазинов	2
8	Анализ нормативно-правового обеспечения электронной коммерции	4

Вариант выполнения заданий для каждого студента сообщается преподавателем в начале семестра.

**Лабораторная работа 1**

**Работа с поисковым сервером**

*Задание*

Оформление договора поставки комплекса технических средств

Перед началом выполнения задания необходимо подготовить следующие данные для своего условного торгового предприятия:

1 . наименование, юридический адрес, банковские реквизиты;

2. определить для него состав комплекса технических средств необходимых для внедрения подсистемы АИС (по заданию преподавателя):

автоматизации учета закупок, продажи и запасов товаров на основе локально-вычислительной сети (ЛВС) для оптового торгового предприятия;

автоматизации учета закупок, продажи и запасов товаров на основе ЛВС для розничного предприятия;

автоматизации учета закупок, продажи и запасов товаров на основе ПК для оптового предприятия.

Используя справочник, характеризующий компьютерный рынок Москвы <http://www.stolica.ru> (либо <http://www.dostavka.ru>, либо <http://www.newman.ru>), проанализировать информацию о технических средствах и определить конкретный состав комплекса технических средств, необходимый для внедрения заданной подсистемы АИС на торговом предприятии.

Используя поисковый сервер <http://www.yandex.ru> (либо <http://www.aport.ru>), найти типовую форму договора поставки.

Для своего условного торгового предприятия, используя типовую форму договора, оформить договор поставки выбранного комплекса технических средств, необходимого для внедрения АИС. Напечатать данный договор.

Оформление дилерского соглашения

С целью организации нового вида деятельности на своем предприятии, проанализировать информацию о дилерских соглашениях на сайтах фирм ФОЛИО (<http://www.folio.ru>), АРБТ (<http://www.arbt.ru>), 1С (<http://lc.ru>). Выбрать наиболее выгодные условия. На соответствующем сайте найти типовую форму «Дилерское соглашение»

*Отчет о работе*

Предоставить для отчета:

•заполненный типовой договор поставки комплекса технических средств, необходимого для внедрения заданной подсистемы АИС на условном торговом

предприятию;

•заполненный для условного торгового предприятия договор «Дилерское соглашение»

## **Лабораторная работа 2**

### **Работа с русскоязычными Web-страницами в сети интернет**

Экономисты, финансисты, коммерсанты, товароведы, бухгалтеры и другие специалисты торговли значительное время тратят на поиск различной экономической информации, новых постановлений, законов и указов, форм типовых документов и другой необходимой в работе информации. В Интернете имеется множество полезной информации из области финансов, законодательства, бизнеса, торговли. Умение пользоваться данной информацией является необходимым требованием к специалистам торговли в современных условиях.

При выполнении заданий следует учитывать, что информация на Web-страницах в сети Интернет часто обновляется. Поэтому наименования ссылок, их расположение и иерархические связи между ссылками могут отличаться от приведенных в методических указаниях.

#### *Задание*

##### **Работа с информацией о налоговых платежах**

На начальной странице компании РосБизнесКонсалтинг (<http://www.rbc.ru>) найти и познакомиться с календарем налоговых платежей. В текстовом редакторе подготовить отчет, в котором привести фрагмент календаря налоговых платежей на определенную дату.

##### **Работа с экономическими обзорами и финансовыми новостями**

На начальной Web-странице новостного сервера найти и познакомиться с экономическими обзорами, <http://www.novosti.online.ru> примерами вопросов и ответов из области бухгалтерского учета и права, законодательными документами. Дополнить свой отчет перечнем просмотренных документов, составить аннотацию одного из указанных документов.

##### **Работа с информацией об электронных платежных системах**

На начальной Web-странице сервера «Российская информационная сеть

делового сотрудничества» <http://www.rbcnet.ru> найти и познакомиться и информацией об электронных платежных системах. Дополнить свой отчет перечнем фирм-разработчиков платежных систем, программных продуктов и их функциональными характеристиками.

#### Работа с информацией в области информационных технологий

На начальной странице новостного сервера <http://www.novosri.online.ru> найти и познакомиться с информацией о направлениях деятельности фирм, работающих в области информационных технологий. Дополнить отчет информацией о фирмах (не менее 5), разрабатывающих торгово-складские и бухгалтерские программы, с краткой характеристикой соответствующих программных средств (назначения, технических характеристик, условий продажи, цены).

#### Отчет о работе

Результатом выполнения задания является подготовленный в текстовом редакторе отчет о проделанной работе, в состав которого входят:

фрагмент календаря налоговых платежей на определенную дату;

перечень просмотренных экономических обзоров, законодательных документов, аннотация к одному документу;

перечень названий 3 фирм-разработчиков платежных систем, наименование программных продуктов и их характеристики. Оформите данную информацию в виде таблицы.

Наименование электронной платежной системы	Фирма-разработчик	Назначение	Основные характеристики

•перечень фирм (не менее 5), разрабатывающих торгово-складские и бухгалтерские программы, с краткой характеристикой соответствующих программных средств (назначения, технических характеристик, условий продажи, цены). Оформите данную информацию в виде таблицы.

Наименование программы	Фирма разработчик	Назначение	Цена	Сетевая или однопользовательская версия	Технические требования

### Лабораторная работа 3.

#### Работа со специализированными БД в Internet

Электронные библиотеки и каталоги

1. С помощью электронного каталога библиотеки АмГУ ([www.amursu.ru](http://www.amursu.ru)) - структура библиотека просмотрите информацию:

- ресурсы библиотеки;

найдите электронные версии методических пособий, выпишите относящиеся к экономике;

просмотрите журналы выписываемые библиотекой по направлениям: коммерция, маркетинг, экономика, логистика;

просмотрите электронные каталоги;

на какие сайты электронных библиотек даны ссылки в ресурсах библиотеки, опишите условия пользования 1-3 ресурса.

Определите количество адресов электронных библиотек с помощью яндекса, аппорта, рамблера.

Определите какой тип информации (коммерческая, бесплатная) наиболее распространен.

2. БД с финансовой информацией.

Используя сервер [www.amic.ru](http://www.amic.ru). проследите динамику курса доллара США, устанавливаемого Сбербанком и сравните его с курсом, устанавливаемым за аналогичный период любым другим коммерческим банком. Временной период для анализа: 12 месяцев с интервалом в 1 месяц. Последовательность выполнения задания: Запустите программу Internet Explorer. Загрузите начальную страницу [www.amic.ru](http://www.amic.ru). Перейдите в раздел Курсы валют.

С помощью "календаря" проследите значения курса покупки и продажи доллара (или евро) в течение анализируемого периода. Зафиксируйте их в рабочей тетради в виде таблицы:

	Курс покупки		Курс продажи		Средний курс	
	Сбербанк	Ком. банк	Сбербанк	Ком. банк	Сбербанк	Ком. банк

Средний курс рассчитывается для каждого банка как среднее арифметическое между курсом покупки и продажи на соответствующую дату (рассчитывается с помощью Excel). Запустите программу Excel. Занесите значения в электронную таблицу. Рассчитайте средний курс. Постройте три графика, представляющие различие курсов покупки, продажи и среднего курса у двух банков за рассматриваемый период. Таблицу Excel и графики показать преподавателю.

#### **Лабораторная работа 4**

#### **Индексы деловой активности**

*Цель работы.* Освоение поиска данных об индексах деловой активности и смежных вопросах в международной компьютерной сети Internet и накопление опыта работы в ней.

*Постановка задачи.* После окончания институт вы поступили на работу в торговую фирму «Не унывай». Руководство фирмы поручило вам подготовить справку о деловой активности в мире на основании данных о ведущих мировых индексах, а также информацию об обменных курсах ряда валют.

*Допущение.* Для упрощения расчетов размер комиссионных принимается одинаковым для всех валют равным 1%. Порядок выполнения работы:

Войдите в Internet.

Наберите следующий адрес Web-страницы.

<http://www.citycat.ru/finance/> и начните поиск.

3. После завершения поиска появится Web-страница со сведениями, взятыми из Международной информационной системы TENFORfc и подготовленными РИА «Росбизнесконсалтинг».

4. Вернитесь в предыдущее меню и войдите в другой раздел <Курсы валют ЦБ России>. Среди валют выберите имеющую самый высокий текущий курс и подсчитайте, сколько единиц этой валюты дадут за 1 руб. Выберите валюту, имеющую самый низкий текущий курс, и подсчитайте, сколько единиц, этой валюты дадут за 1 руб. по курсу, указанному в таблице.

5. Вернитесь в предыдущее меню и войдите в другой раздел <Кросс-курсы валют> Используя таблицу кросс-курсов на дату выполнения работы, выполните и

запишите результаты из следующих заданий по табл. 1.

6. Вернитесь в предыдущее меню и войдите в другой раздел, используя подменю <Информация от агентства Финмаркета <Аналитика>, <Графики>, <Валютный рынок>. Среди имеющихся графиков изменения курсов валют найдите график <Динамика курсов обмена наличной валюты (в среднем по обменным пунктам г, Москвы)>. Используя этот график, подсчитайте, какой бы вы получили доход, если бы ровно месяц тому назад купили за наличные 100 тыс. долл., а продали их сегодня по текущему курсу. Выпишите полученный результат. Не забудьте, что при всех обменных операциях взимается налог в размере 1%, и не удивляйтесь, если доход получится отрицательным.

7. Сдайте преподавателю листок с выполненным заданием.

Варианты заданий:

- 1 .Сколько австралийских долларов дадут за один канадский доллар?
- 2.Сколько канадских долларов дадут за один французский франк?
- 3.Сколько французских франков дадут за одну немецкую марку?
- 4.Сколько немецких марок дадут за 1000 итальянских лир?
- 5.Сколько итальянских лир дадут за одну японскую иену?
- 6.Сколько японских иен дадут за один голландский гульден?
- 7.Сколько голландских гульденов дадут за один швейцарский франк?
- 8.Сколько швейцарских франков дадут за один британский фунт стерлингов
- 9.Сколько британских фунтов стерлингов дадут за один доллар США?
- 10.Сколько долларов США дадут за один австралийский доллар?
- 11.Сколько австралийских долларов дадут за один французский франк?
- 12.Сколько канадских долларов дадут за одну немецкую марку?
- 13.Сколько французских франков дадут за 1000 итальянских лир?
- 14.Сколько немецких марок дадут за одну японскую иену?
- 15.Сколько итальянских лир дадут за один голландский гульден?
- 16.Сколько японских иен дадут за один швейцарский франк?
- 17.Сколько голландских гульденов дадут за один британский фунт стерлингов
- 18.Сколько швейцарских франков дадут за один доллар США?

19. Сколько британских фунтов стерлингов дадут за один австралийский доллар?

20. Сколько долларов США дадут за один канадский доллар?

21. Сколько швейцарских франков дадут за одну японскую иену?

22. Сколько итальянских лир дадут за один швейцарский франк?

23. Сколько немецких марок дадут за один канадский доллар?

24. Сколько французских франков дадут за один голландский гульден?

25. Сколько швейцарских франков дадут за один доллар США?

26. Сколько немецких марок дадут за один голландский гульден?

27. Сколько австралийских долларов дадут за один австралийский доллар?

Образец таблицы с результатами выполненной работы

Варианты заданий	Название страны	Условные обозначения	Сумма в иностранной валюте, зачисленная на счет вашей

### Лабораторная работа 5.

#### Оценка Internet-ресурсов с маркетинговых позиций

Оценить и сравнить уровень и качество сайтов 3 фирм или организаций (по вариантам) с позиций маркетолога. Суммарное количество баллов, присвоенное сайту каждой фирмы, рассчитайте по формуле (с помощью Excel):  $S = (w * C) / N$ , где S - общее количество баллов по всем критериям, w - вес критерия, C - оценка по данному критерию, N - число используемых критериев. Результат представить в виде таблицы в тетради.

Название фирмы, URL:

Критерий оценки	Вес критерия	Оценка (1-4)	Комментарий
1. Начальная страница (определенность задач сайта, размещение и вид заголовка, наличие оглавления).	0.8		
2. Выбор имени домена (узнаваемость, запоминаемость, возможность сохранения при смене)	0.4		

3. Уникальность информации (отличие от аналогичных сайтов).	0.5		
4. Дизайн (виды шрифтов, количество графики, количество и сочетание цветов, формы представления информации).	0.6		
5. Удобство работы (наглядность, простота навигации, наличие поисковой системы, использование нескольких языков, описание ссылок, ключевые слова)	0.8		
6. Скорость загрузки страницы (зависит от объема графического материала)	0.2		
7. Интерактивность (организация обратной связи с пользователем: e-mail, анкеты и др.)	0.7		
8. Оперативность обновления информации	0.8		
9. Свидетельство регулярности посещаемости сайта (наличие счетчика и т.п..)	0.1		
10. Ориентация на конкретного пользователя (сегментирование)	0.3		
11. Оптимальное насыщение рекламой	0.4		
<b>Общее количество набранных баллов</b>			

### **Лабораторная работа 6**

## **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

*Цель работы.* Освоение электронной коммерции с использованием Интернет-магазина (кибершопа) и накопление навыков практической работы в международной компьютерной сети Internet.

*Постановка задачи.* После окончания института вы поступили на работу в торговую фирму «Самсон». Руководство фирмы поручило вам заказать ряд товаров, необходимых для фирмы в Интернет-магазине «Формоза». Перечень нужных товаров указан в предложенном вам варианте задания (табл. 1).

Порядок выполнения работы:

Войдите в сеть Internet.

Найдите место, отведенное для адреса, войдите в него, наберите следующий адрес Web-страницы:

<http://www.shop.formoza.ru/> и начните поиск. Время поиска зависит от быстродействия используемого канала связи.

После завершения поиска на экране появится Web-страница магазина «Формоза». На второй Web-странице приведено меню для выбора вида работы. При обычной лабораторной работе выбирается первая строка <Вход в магазин>, если на вашем ВЦ используется система Java, а если нет, то приходится использовать электронную почту и выбирается последняя строка <Вход в магазин HTML>. При необходимости можно просмотреть разделы <Часто задаваемые вопросы и ответы>, в котором приведено 17 вопросов с ответами к ним, или <Техническое описание>, в котором можно более подробно ознакомиться с программным обеспечением, использованным при создании магазина.

На следующей странице приведено меню, содержащее 6 строк (кнопок), каждая из которых открывает одну из страниц, необходимых при оформлении заказа.

На странице <Просмотр дерева товаров> выберите нужную группу товаров.

На странице <Просмотр товаров> ознакомьтесь с предлагаемыми товарами и найдите нужный вам в соответствии с заданием.

8. На странице <Информация о товаре> ознакомьтесь со всеми характеристиками выбранного товара и примите окончательное решение о покупке. Этот товар появится в корзине покупателя.

9. Используя те же страницы, найдите и выберите второй товар в соответствии с заданием.

10. На странице <Корзина покупателя> убедитесь, что оба товара выбраны правильно и соответствуют заданию.

11. На странице <Оформление заказа> производятся все необходимые операции для оформления заказа. При этом набирают информацию в следующих строках: <Организация или Ф.И.О.>, <электронная почта>, <Телефон>, <Факс>, <Доставка> и <Дополнительные условия, когда с вами удобно связаться>. **Заказ не оформлять.**

На экране снизу появляется таблица <Вы заказали следующие товары>; в столбцах таблицы указаны наименование товара, его количество, цена в долларах за штуку и сумма заказа в рублях. Еще ниже — две иконки <Послать заказ> и <Просмотр товаров>. Если нет необходимости в повторном просмотре заказанных

товаров, то следует послать заказ. По договоренности с представителем фирмы студентам разрешено оформлять заказы учебного характера без оплаты. Они не будут исполняться и регулярно удаляются из памяти компьютера

12. На странице <Готовый заказ> приведена таблица <Вы купили следующие товары>, которая аналогична предыдущей. Вам следует окончательно проверить правильность выполненной работы и скопировать готовый заказ в свою папку.

14. Запишите условия оплаты в свой файл

15. Сдайте выполненную работу, показав преподавателю ее результаты в виде отчета.

Таблица 1 Варианты заданий

Номер варианта соответствует последней цифре номера в журнале преподавателя.

Номер варианта	товар 1	товар 2
Вариант 1	Компьютер минимальной стоимости	Программа «1С: бухгалтерия»
Вариант 2	Компьютер максимальной стоимости	Программа «Инф о -бухгалтер»
Вариант 3	Стол под компьютер	Программа «Турбо-бухгалтер»
Вариант 4	Кресло офисное	Программа «Каскад»
Вариант 5	Шкаф для хранения документации	Программа «1С: предприятие»
Вариант 6	Принтер минимальной стоимости	Программа «1С: торговля»
Вариант 7	Принтер максимальной стоимости	Программа «1С: склад»
Вариант 8	Сканер минимальной стоимости	Программа «1С: кадры»
Вариант 9	Сканер максимальной стоимости	Программа «Галактика»
Вариант 10	Плоттер максимальной стоимости	Программа «Парус»

### Лабораторная работа 7 .

#### Использование Internet для продажи товаров и услуг

1. Используя адреса: [www.ab.ru/cmater](http://www.ab.ru/cmater), [www.ab.ru/siblink](http://www.ab.ru/siblink), [www.saba.ru](http://www.saba.ru), [www.neuron.alt.ru](http://www.neuron.alt.ru), [www.ab.ru/altis](http://www.ab.ru/altis), [www.ab.ru/ailant](http://www.ab.ru/ailant), [www.ab.ru/evrodoor](http://www.ab.ru/evrodoor), [www.alien.ru/ssv](http://www.alien.ru/ssv), [www.ab.ru/adagroup](http://www.ab.ru/adagroup), [www.ab.ru/almaksib](http://www.ab.ru/almaksib), [www.ab.ru/aprom](http://www.ab.ru/aprom), [www.ab.ru/artes](http://www.ab.ru/artes), [www.ab.ru/avialine](http://www.ab.ru/avialine). заполните таблицу, с помощью которой можно определить виды Internet-магазинов (витрина- вид рекламного сервера, постоянно обновляющий информацию о товаре. Покупатель, посетив витрину должен позвонить на фирму, оплатить товар, договориться о доставке. Автоматический магазин -выписываются заказы, принимаются платежи, формируется заявка на

доставку товаров покупателям).

№ п/п	Название фирмы	URL	Направление деятельности (вид предлагаемой продукции)	Тип магазина

2. Используя адреса фирм: [www.ab.ru/cmater](http://www.ab.ru/cmater), [www.ab.ru/siblink](http://www.ab.ru/siblink), [www.neuron.alt.ru](http://www.neuron.alt.ru), заполните таблицу, с помощью которой можно определить ассортимент предлагаемой этими фирмами на рынке компьютерной техники, комплектующих и периферии (по вариантам).

№	Модель	Цена, у.е. (руб.)			
		Сиблинк	Нейрон	К-Трейд	Эликом

Варианты:

- 1.Мониторы.
- 2.Принтеры.
- 3.Винчестеры
- 4.Модемы.
- 5.Процессоры.
- 6.Сканеры.
- 7.Звуковые колонки.
- 8.Мыши
- 9.Колонки
10. Флеш-карты

## **ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 8**

### **Анализ Интернет магазинов**

*Цель работы.* Ознакомление с различными Интернет-магазинами, их сопоставление и анализ. Накопление навыков работы в международной компьютерной сети Интернет и в электронной коммерции.

*Постановка задачи.* После окончания вуза вы поступили на работу в торговую фирму «Не унывай». Руководство фирмы поручило вам найти адреса Интернет-магазинов, действующих в России, и отобрать среди них наиболее

интересные для фирмы, используя «Навигатор по электронной коммерции», который был создан фирмой «Аркадия» (Санкт-Петербург), Вам поручено также сделать пробные закупки в этих магазинах в соответствии с заданием. Порядок выполнения работы:

1. Войдите в сеть Интернет.
2. В адресной строке наберите: <http://www.magazin.ru/>
3. После завершения поиска появится Web-страница, на которой имеется «Навигатор по электронной коммерции».

В меню «Интернет-магазины России» выберите категорию магазинов, соответствующую вашему заданию.

Войдите в нее. На экране появится список Интернет-магазинов, продающих товары по выбранной категории, с перечнем реализуемых ими товаров. Просмотрите список магазинов и отберите те из них. Которые представляют для вас интерес. Обратите внимание на категорию «Информационные услуги».

Выпишите названия отобранных магазинов и поочередно войдите в них. Каждый из них имеет свой адрес Web-страницы, которая автоматически появится в окне. Выпишите его. Найдите нужные страницы. Поиск или ввод некоторых из них может быть длительным.

Ознакомьтесь с продаваемыми товарами и оформите заказ в соответствии с заданием. Вид Web-страницы и набор кнопок в каждом магазине свой, но назначение кнопок примерно одинаковое.

8- При оформлении заказа приходится отвечать еще на ряд вопросов. Некоторые из магазинов предлагают вопросы, ответы на которые используются в качестве статистических данных для анализа эффективности их деятельности.

9. Оформленный заказ сохраните в файл. Файл оформите в виде пригодным для печати и последующей сдачи руководству фирмы.

#### Варианты заданий

№.	Заказ 1	Заказ 2
----	---------	---------

1	Стекланный шкаф с замком узкий с зеркальной стенкой	Все книги из серии «Информационные технологии для
2	Тележка с двумя полками	Все книги по Excel
3	Компьютер для офиса с тактовой частотой <1500 MHz	Все книги по Visual Basic
4	Компьютер для дома с тактовой частотой <1000 MHz	Все книги по Windows
5	Принтер лазерный ч/б формата А4	Все книги по Windows
6	Стол компьютерный двухтумбовый	Все книги по Word 2000
7	Кресло руководителя с двумя подлокотниками	В.Высоцкого
8	Комплект офисной мебели для руководителя	Обучающие CD-диски по всемирной истории
9	Книжный шкаф	Обучающие CD-диски по математике
10	Подставка под CD диски	Обучающие CD-диски по эстетике
11	Принтер лазерный цветной формата А4	Все книги по маркетингу
12	Принтер струйный ч/б формата А4	Все книги по охотоводству
13	Принтер струйный ч/б формата А3	Все книги по логистике
14	Телевизор с диагональю 51-53 дюйма	Все книги по франчайзингу
15	Органайзер офисный	Музыкальные CD-диски: Классические произведения
16	Сервиз кофейный на 12 персон	Шедевры Третьяковской галереи на CD-дисках
17	Чайник электрический (2 литра)	Музыкальные CD-диски (С.Бах Л.Бетховен)
18	Копировальный аппарат формата А3	Все книги по лизингу
19	Часы наручные мужские противоударные	Все книги по таможенному делу
20	Сапоги резиновые, размер 44	Все книги по рыбалке
21	Микроволновая печь, объем 16 литров	Все книги по восточной кулинарии
22	Игрушка мягкая (звери)	Книги для детей от 3 до 5 лет
23	Стол обеденный (овальный), деревянный	Все книги по сервировке
24	Бумага писчая формата А4 для копировальных	Все книги по статистике
25	Принтер матричный формата А3	Обучающие CD-диски по экономике
26	Туфли женские, модельные, на высоком каблуке, р. 40	Музыкальные CD-диски (музыка XIII в).
27	Джемпер мужской, ч/ш, р. 56	Обучающие CD-диски по Internet

## Лабораторная работа 9

### Изучение закона о Электронно-цифровой подписи

*Найдите через поисковую систему данный закон.*

*Ответьте на следующие вопросы.*

1. Сколько закрытых ключей ЭЦП может иметь физическое лицо.

2. Имеют ли право несовершеннолетние на приобретение закрытого ключа.
3. Какой срок хранения регистрационных свидетельств на открытые ключи ЭЦП.
4. Какие данные вносятся в регистрационное свидетельство на открытый ключ ЭЦП.
5. Кем выдается регистрационное свидетельство.
6. В каких случаях аннулируется регистрационное свидетельство.

Ответы могут быть в письменном и печатном виде.

## **2.5. Самостоятельная работа студентов**

В качестве самостоятельной работы студентам рекомендуется выполнить реферативную работу по одной из предложенных ниже тем.

### **Методические указания по написанию реферата**

«Реферат представляет собой вторичную публикацию, кратко излагающую содержание первичной публикации». Он должен дать читателю представление о характере освещаемой работы, методике проведения исследования и его результатах, а в случае необходимости (когда такое сообщение имеет научный интерес) также о месте и времени проведения исследований. По реферату читатель должен ясно представить себе степень необходимости обращения к оригиналу. В реферате объективно излагается содержание первичной публикации. Реферат не должен отражать субъективных взглядов по излагаемому вопросу, а также оценки референтом освещаемой им публикации" (Инструкции для референтов и редакторов РЖ ВИНТИ, 1975).

#### **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1. Написание реферата является одним из этапов изучения курса и представляет собой результат процесса изучения студентами специальных вопросов, связанных с развитием электронной коммерции. Реферат должен представлять собой сжатую компиляцию основных положений из разных научных трудов, посвященных выбранной теме, а также критический анализ этих положений.

#### **1.2. Цель реферативной работы.**

- подтверждение и систематизация полученных знаний;
- демонстрация навыков аналитической работы;
- подтверждение знаний и умения работать с действующими нормативными материалами, научной и специальной литературой, работой с Интернет-ресурсами;
- демонстрация умения творчески применить полученные знания.

1.3. Тема реферата выбирается студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем и закрепляется за ним. Выбор темы студенту предлагается

осуществлять с учетом своих научных интересов, предыдущей научной деятельности и предполагаемой практической деятельности. Изменение темы реферата в ходе её написания допускается не позднее, чем за 2 месяца до окончания курса, при согласовании с преподавателем. Реферат должен соответствовать выбранной теме, отступления в смежные вопросы должны быть четко увязаны с избранной темой.

## 2. ОБЪЁМ И ОФОРМЛЕНИЕ РЕФЕРАТА

2.1. Ориентировочный объем – от 10 до 15 машинописных листов формата А4 (без приложений). Оформляется реферат в соответствие с внутривузовским стандартом

## 3. СОДЕРЖАНИЕ РЕФЕРАТА

3.1. Содержание. Краткое введение. Основная часть. Заключение (выводы). Список использованной литературы.

3.2. Во введении должны быть изложены цели написания реферата, актуальность; значение и причины выбора темы, рассматриваемые проблемы и методы их анализа. Во введении указывается, какие материалы использованы для написания работы.

3.3. В основной части излагается собственно содержание работы. Основная часть работы выполняется на основе обобщения данных, выбранных из научных работ, материалов периодической печати, выступлений, докладов, действующего законодательства, инструкций, информации в сети Интернет и др. Поощряется использование статистического материала, приложение практических материалов и форм документации.

3.4. В заключении студент должен изложить собственные выводы по результатам проведенного исследования.

3.5. Список использованной литературы должен содержать не менее 10 источников.

## 4. ПОРЯДОК И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ НАПИСАНИЯ РЕФЕРАТА

4.1. Установлены следующие сроки подготовки работ:

выбор темы, согласование с преподавателем – не позднее 2 месяцев до дня сдачи

работы для студентов дневного отделения, определение предмета исследования, структуры и плана работы с утверждением его руководителем – в течение двух недель после выбора темы реферата,

подбор и изучение литературы по теме работы, изучение предмета исследования, сбор статистических данных, формирование базы данных – в течение всего периода написания работы.

Представление работы преподавателю – не позднее 2 недель до начала экзаменационной сессии.

*Для заочной-сокращенной формы обучения:* выбор темы, согласование с преподавателем происходит на установочном занятии, подбор и изучение литературы по теме работы, изучение предмета исследования, сбор статистических данных, формирование базы данных – в течение всего периода написания работы.

Представление работы преподавателю – не позднее 1 недели до зачетного занятия.

## 5. ОЦЕНКА РАБОТЫ

5.1. После проверки реферата пишется краткое письменное заключение преподавателя.

5.2. По результатам проведенных исследований студент должен выступить на семинарском занятии.

5.3. Преподаватель может потребовать доработать реферат, в т.ч. при неправильном оформлении.

5.4. За работу выставляется оценка (зачтено / незачтено), которая учитывается при итоговой аттестации по предмету. Критерии оценки:

«зачтено» - если работа полностью соответствует всем формальным требованиям по объёму, надлежащим образом оформлена, содержание работы соответствует выбранной теме, по результатам работы сделаны выводы;

«незачтено» - если работа не соответствует формальным требованиям по объёму, не оформлена надлежащим образом, содержание работы не соответствует выбранной теме.

## ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Влияние изменения структуры затрат и качества информации на рост экономической эффективности торгового предприятия при внедрении ИТ.
2. Обострение конкурентной борьбы как следствие внедрения ИТ в бизнес-процессы коммерческой фирмы.
3. Повышение конкурентоспособности компании за счет эффективного управления знаниями.
4. Влияние конкурентной борьбы на процесс ценообразования в среде Интернет.
5. Клиентоориентированные стратегии как фактор повышения эффективности торгового предприятия.
6. Роль управления системы поставок на формирование предложения торгового предприятия комбинированного типа.
7. Интернет-магазин и традиционный магазин — сравнительная характеристика.
8. Интернет-витрина — первый шаг в создании интернет-магазина.
9. Пути и методы создания интернет-магазина.
10. Организация торгово-технологического процесса в розничной интернет-торговле.
11. Организация сайта интернет-магазина.
12. Организация книжной торговли в Интернете.
13. Организация продажи крупной бытовой техники в Интернете.
14. Особенности организации продажи парфюмерных товаров в Интернете.
15. Особенности организации продажи продовольственных товаров в Интернете.
16. Привлечение покупателей в интернет-магазин.
17. Московский опыт работы интернет-магазинов.
18. Организация работы интернет-аукционов.
19. Дебетовые платежные системы Интернета и их характеристика.
20. Кредитные платежные системы Интернета и их характеристика.
21. Организации расчетов при использовании электронных денег.
22. Интернет-банкинг в России и за рубежом.

23. Телебанкинг и платежи с использованием *war-технологии*.
24. Платежная система *Cyber Plat*,
25. Платежная система *Assist*.
26. Платежная система «Рапида».
27. Телефонные системы электронных платежей.
28. Электронные системы приема коммунальных платежей.
29. Расширение посреднической деятельности в интернет-среде.
30. Эффективность брокерских операций в интернет-среде.
31. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия при использовании смешанного способа торговли.
32. Содержание бизнес-операций дилеров в электронной коммерции.
33. Организация закупок потребительских товаров по каталогам поставщиков.
34. Разновидности электронных торговых площадок.
35. Технология деятельности интернет-биржи.
36. Организация электронно-коммерческого взаимодействия региональных дистрибьюторов.
37. Услуга интернет-банкинга в России и за рубежом.
38. Брокерские услуги в Интернете.
39. Глобальные системы резервирования и их применение.
40. Требования к информации в туристическом бизнесе.
41. Рынок туристических услуг в Интернете.
42. Интернет-страхование автогражданской ответственности.
43. Интернет-страхование имущества физических лиц.
44. Компьютерные образовательные программы и их применение.
45. Средства общения в Интернете.
46. Назначение и организация электронной почты.
47. Влияние Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации» на развитие электронной коммерции.
48. Понятие информационной системы в российском законодательстве.
49. Гражданский кодекс РФ как основной юридический документ формирования

правового поля электронной коммерции.

50. Роль Федерального закона «Об электронной цифровой подписи» в юридическом признании электронных документов.

51. Приоритетные задачи Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002—2010 годы)».

52. Роль информационно-маркетинговых центров в решении задач Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002—2010 годы)».

53. Достоинства и недостатки проекта Федерального закона «Об электронной торговле».

54. Порядок заключения договора в электронной торговле, предусмотренный проектом Федерального закона «Об электронной торговле».

55. Назначение коммерческой информации.

56. Угрозы потери коммерческой информации в электронной торговле.

57. Влияние стандарта Организации Объединенных Наций для электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте (Стандарта ЭДИФАКТ ООН) на развитие электронной коммерции.

58. Значение Соглашения об обмене для международного коммерческого использования электронного обмена данными (Рекомендация ЕЭК) для международной торговли.

59. Роль Типового проекта «Об электронном документе», принятого МПА ЕврАз, в формировании правового поля электронной коммерции.

60. Развитие европейского законодательства об электронной коммерции в Директиве ЕС о структурной основе сообщества для электронных подписей.

61. Ключевые положения Типового закона ЮНСИТРАЛ об электронной торговле.

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ**

1. В чем заключается фундаментальная разница между интернет-технологиями и информационными технологиями типа *EDP*.

2. Расскажите о классификации моделей электронной коммерции по типу транзакций. Как действует механизм каждой модели в зависимости от типа

совершения трансакции?

3. Каковы направления влияния средств электронной коммерции на экономический рост торгового предприятия?

4. Дайте определение понятия новой экономической среды. Назовите основные составляющие интернет-экономики.

5. Как повлияет электронная коммерция на развитие экономики, каковы основные препятствия на пути развития электронной коммерции?

6. В чем заключаются основные проблемы ценообразования в электронной коммерции?

7. Как электронная коммерция влияет на налоговую и торговую политику государства?

8. Какова связь между традиционной и электронной коммерцией? Назовите пути повышения эффективности торгового предприятия как следствие внедрения ИТ.

9. Какая существует взаимосвязь между рыночными и внутрифирменными трансакциями, возникающими в процессе реализации функции торгового предприятия? В чем заключается причина роста трансакционных затрат?

10. Как происходит моделирование бизнес-процессов торгового предприятия? Перечислите основные препятствия на этапе интенсивной перестройки бизнес-процессов, вызванных внедрением ИТ.

11. Перечислите бизнес-модели розничной торговли в Интернете.

12. Какие существуют разновидности моделей интернет-торговли в зависимости от степени автоматизации торгово-технологических процессов?

13. Расскажите об организации торгово-технологического процесса интернет-магазина.

14. В чем заключаются основные должностные обязанности персонала интернет-магазина?

15. Какие вы знаете методы привлечения покупателей в интернет-магазин?

16. Расскажите о виртуальных аукционах, их разновидностях и организации работы.

17. Перечислите основные проблемы электронной торговли в России.

18. Назовите основные способы оплаты товаров в Интернете, дайте их сравнительную характеристику.
19. Расскажите о платежных системах Интернета. Перечислите предъявляемые к ним требования и укажите их разновидности.
20. Дебетовые платежные системы.
21. Кредитные платежные системы.
22. Российские платежные системы, сравнительная характеристика.
23. Назовите факторы, определяющие обострение конкурентной борьбы в электронном бизнесе.
24. В чем заключается экономическая эффективность прямого сбыта в режиме реального времени?
25. Как электронная коммерция влияет на изменение традиционных рынков? Какой категории товаров касаются рыночные изменения в большей степени, и почему?
26. Перечислите направления влияния электронной коммерции на расходы предпринимательских структур.
27. Расскажите об особенностях использования отдельных видов электронных торговых площадок.
28. Расскажите об услугах в Интернете: их общей характеристике, видах и особенностях.
29. Какова специфика банковских услуг в Интернете?
30. Что такое интернет-трейдинг как услуга, предоставляемая инвестиционным посредником в Интернете?
31. Как предоставляются туристические услуги в Интернете? Расскажите об их видах и особенностях.
32. Интернет-страхование как новый способ организации страхового бизнеса.
33. В чем заключается дистанционное обучение в Интернете?
34. Перечислите коммуникативные услуги в Интернете. Расскажите об их использовании для организации общения и *ц* коммерческих целях.
35. Что такое размещение и регистрация сайта? Доменные имена и IP-адреса?

36. Опишите технологию создания web-сайтов.
37. Что такое корпоративные информационные системы в структуре электронной коммерции?
38. Расскажите о развитии идеологии web-сервисов.
39. Какие существуют методы защиты информации в Интернете?

## **2.8. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ**

Промежуточный контроль: опрос, дискуссия, анализ конкретных ситуаций, решение задач, промежуточная аттестация.

Итоговый контроль: тестовый опрос.

Итоговая аттестация: зачет.

Критерии получения зачета: итоговый результат формируется из результатов промежуточного и итогового контроля.

## **2.9. ВОПРОСЫ К ТЕСТАМ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ**

### **1. Коммерция — это:**

- а) любая деятельность, в том числе разового характера, направленная на получение прибыли;
- б) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
- в) деятельность, отличительными чертами которой является: регулярность, инновационность, вложение капиталов и экономические риски.

### **2. Интернет-экономика включает в себя:**

- а) глобальные компьютерные сети, программные приложения, человеческие ресурсы, системы электронных платежей, законодательную политику;
- б) глобальные открытые компьютерные сети, программные приложения, взаимосвязанные электронные рынки с различными механизмами обмена, человеческие ресурсы, системы электронных платежей;

в) открытую доступную сетевую среду, взаимосвязанные электронные рынки, человеческие ресурсы, системы электронных платежей, законодательную политику.

**3. Основными моделями электронных транзакций на сегодняшний день являются модели:**

- а) *B2B* и *C1C*;
- б) *ПС* и *B2B*;
- в) *B2C* и *C1B*.

**4. В традиционной коммерции:**

- а) все составляющие (товар, субъект и процесс) — физические;
- б) товар физический, процесс проведения сделки и субъект — цифровые;

Методические материалы

- в) товар и субъект — физические, а процесс проведения сделки -цифровой,

**5. Повышение эффективности за счет внедрения средств электронной коммерции определяется:**

- а) повышением транзакционных издержек, снижением конкуренции, снижением цен, расширением дисперсии цен для идентичного товара;
- б) снижением транзакционных издержек, снижением цен, сужением дисперсии цен для идентичного товара, частой модификацией цен, повышением конкуренции;
- в) снижением транзакционных издержек, снижением цен, сужением дисперсии цен для идентичного товара, частой модификацией цен, снижением конкуренции.

**6. Отсутствие конкурентного поведения особенно проявляется на рынках:**

- а) физических и наукоемких товаров;
- б) цифровых и не наукоемких товаров;
- в) цифровых и наукоемких товаров.

**7. Властные структуры могут использовать технологии электронной коммерции для того, чтобы:**

- а) повысить эффективность своей деятельности;

- б) расширить перечень услуг, оказываемых налогоплательщикам;
- в) снизить уровень налогообложения.

**8. Как влияет электронная коммерция на рынок труда:**

- а) меняет задачи и функции работников, производящих и доставляющих товары и услуги до потребителя;
- б) не имеет никакого влияния на рынок труда;
- в) способна заметно снизить уровень безработицы.

**9. Стратегия развития электронного магазина предполагает повысить:**

- а) эффективность работы с поставщиками;
- б) эффективность работы с покупателями;
- в) оба ответа А и В являются правильными.

**10. Электронный магазин — это:**

- а) автоматизированная система, работающая на базе основ электронной коммерции и реализующая сервисные и коммерческие функции, присущие магазинам с традиционными формами обслуживания;
- б) автоматизированная система, реализующая сервисные и коммерческие функции, присущие магазинам с традиционными формами обслуживания;
- в) автоматизированная система, работающая на базе основ электронной коммерции.

**11. Является ли интернет-подразделение офлайновой компании одной из бизнес-моделей розничной торговли в Интернете:**

- а) да, является;
- б) нет, не является;
- в) является, если это — интернет-подразделение торговой компании.

**12. Интернет-витрина может быть:**

- а) статической;
- б) динамической;
- в) возможны оба варианта,

**13. Какой из вариантов создания интернет-магазина является наименее затратным:**

- а) установка web-сервера в локальной сети предприятия;
- б) аренда магазина в электронном торговом ряду;
- в) размещение магазина на сервере интернет-провайдера.

**14. К обязательной информации на основной (домашней) странице интернет-магазина относится:**

- а) название магазина;
- б) информация о товарах;
- в) информация о порядке оплаты.

**15. В обязанности администратора интернет-магазина входит:**

- а) формирование и ведение базы данных бухгалтерской информации;
- б) подготовка и контроль графика доставки товаров потребителям;
- в) выполнение работ по подготовке и отладке программного обеспечения.

**16. После выбора товара в интернет-магазине покупатель обязан:**

- а) зарегистрироваться;
- б) оформить разовую покупку;
- в) может выбрать любой вариант по своему усмотрению.

**17. Аукцион — это:**

- а) способ продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, с публичного торга;
- б) способ изменения розничной цены товара путем ее согласования продавцом и покупателем;
- в) способ продажи товара, основанный на конкуренции покупателей.

**18 Датский аукцион — это:**

- а) аукцион с повышением цены;
- б) аукцион с уменьшением цены;
- в) аукцион с зарезервированной ценой.

**19. Кто несет ответственность за качество товара, продаваемого с аукциона:**

- а) продавец товара;
- б) организация — устроитель аукциона;
- в) ни продавец товара, ни организация — устроитель аукциона не несут

ответственность за качество товара.

**20. Оплата наличными предусматривает:**

- а) оплату наличными курьеру, наложенный платеж;
- б) телеграфный, почтовый, банковский перевод;
- в) все перечисленные формы.

**21. Микропроцессорные карты «Сберкарт» Сбербанка России представляют собой:**

- а) кредитную карточку;
- б) дебетовую карточку;
- в) могут быть и кредитными и дебетовыми.

**22. Авторизация — это:**

- а) процесс, в ходе которого требование на проведение транзакции одобряется или отклоняется платежной системой;
- б) процесс установления личности продавца или покупателя;
- в) обеспечение защиты информации от несанкционированного доступа.

**23. Требование целостности информации при организации платежной системы Интернета означает, что:**

- а) информация не должна подвергаться делению на части;
- б) информация не может быть изменена кем-либо, кроме покупателя и уполномоченных на это лиц;
- в) информация не должна искажаться в процессе ее передачи.

**24. Требование масштабируемости к платежной системе Интернета означает, что.**

- а) система должна предусматривать возможность увеличения числа используемых платежных средств;
- б) система должна предусматривать возможность обслуживать различные категории электронных платежей;
- в) система должна предусматривать возможность увеличения числа покупателей и продавцов, использующих систему.

**25. Дебетовые платежные системы работают с:**

- а) электронными чеками и электронными деньгами;
- б) только с электронными чеками;
- в) только с электронными деньгами.

**26. Электронные деньги — это:**

- а) денежные обязательства покупателя, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг;
- б) денежные обязательства кредитной организации, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг;
- в) денежные обязательства государства, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг.

**27. Электронные чеки — это:**

- а) предписание плательщика своему банку перечислить определенную денежную сумму со своего счета на счет получателя;
- б) переданная через Интернет копия бумажного чека;
- в) предписание плательщика своему банку перечислить определенную денежную сумму со своего счета на счет получателя, заверенное электронной цифровой подписью.

**28. Под микроплатежами понимают:**

- а) транзакции с объемом приблизительно до 1 у.е.;
- б) транзакции с объемом приблизительно до 5 у.е.;
- в) транзакции с объемом не менее 5 у.е.

**29. В настоящее время для оплаты потребительских платежей наиболее популярны системы, основанные на использовании:**

- а) электронных денег;
- б) кредитных карточек;
- в) электронных чеков.

**30. Обратный аукцион с точки зрения проведения транзакции можно**

**отнести к следующей модели электронной коммерции:**

- а) *B2B*;
- б) *C2C*;
- в) *C2C*.

**31. Инфраструктура взаимодействия:**

- а) оказывает влияние на форму проведения экономической активности;
- б) зависит от используемых средств коммуникации;
- в) определяется предметом товара и средством взаимодействия.

**32. Считалось, что электронная коммерция послужит началом идеального рынка, отличающегося низкими транзакционными издержками. Завышенные ожидания ранних прогнозов основывались:**

- а) на повышении скорости проводимых транзакций;
- б) на снижении роли посредников и низком барьере вхождения на рынок;
- в) оба ответа а) и б) являются правильными.

**33. Электронный молл действует по схеме:**

- а) много — один;
- б) один — много;
- в) много — много.

**34. Рынки *RIB* чувствительны к:**

- а) выбору механизма совершения сделок и методу стандартизации товарных сделок;
- б) размеру ВВП страны;
- в) оба ответа правильны.

**35. Интернет-банкинг — это:**

- а) возможность совершать стандартные банковские операции через Интернет;
- б) создание виртуального банка в Интернете;
- в) получение банковского кредита через Интернет.

**36. Интернет-трейдинг — это:**

- а) создание брокерской фирмы в Интернете;
- б) предоставление клиенту в реальном времени через Интернет информации о

состоянии фондового и валютного рынков;

в) услуга, предоставляемая инвестиционным посредником (банком или брокерской компанией), которая позволяет клиенту осуществлять покупку (продажу) ценных бумаг и валюты в реальном времени через Интернет.

**37. Средствами связи между туроператором и турагентством служат:**

- а) глобальные системы резервирования;
- б) корпоративные системы бронирования;
- в) средства массовой информации.

**38. Какой из видов страхования в настоящее время не может быть осуществлен через Интернет:**

- а) обязательное страхование автогражданской ответственности;
- б) страхование крупных промышленных предприятий;
- в) страхование медицинских расходов путешественников.

**39. Страхование — это:**

- а) система экономических отношений по формированию и использованию целевых фондов денежных средств для возмещения ущерба от различных непредсказуемых неблагоприятных событий;
- б) выплата денежных средств для возмещения ущерба от различных непредсказуемых неблагоприятных событий;
- в) заключение договора страхования.

**40. Какую из перечисленных ниже форм занятий можно отнести к дистанционному обучению:**

- а) чтение лекции в аудитории с одновременной демонстрацией иллюстративного материала по сети;
- б) проведение занятий с использованием электронной почты;
- в) выполнение домашних заданий с использованием материалов, представленных на различных сайтах в Интернете.

**41. Какой из перечисленных видов дистанционного обучения может полностью заменить очное обучение:**

- а) дополнительный;

- б) смешанный;
- в) поддерживающий.

**42. Сообщение, передаваемое по электронной почте, может содержать:**

- а) только текст;
- б) аудио- и видеоматериалы;
- в) текст, аудио- и видеоматериалы.

**43. Интернет-конференция — это:**

- а) система, построенная по принципу электронных досок объявлений, в которую пользователь может поместить свою информацию, и она станет доступной другим пользователям;
- б) программа, позволяющая общаться голосом через Интернет одновременно с несколькими собеседниками;
- в) система, которая позволяет вести диалог с другими пользователями Интернета на специальных каналах или лично

**44. Для проведения переговоров и производственных совещаний наиболее удобна:**

- а) электронная почта;
- б) *IRQ*
- в) интернет-конференция.

**45. Доменное имя — это:**

- а) уникальное имя пользователя Интернета;
- б) уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое является необходимым элементом адреса Интернета;
- в) уникальный адрес компьютера, подключенного к сети Интернет.

**46. Гкпертекст — это:**

- а) текст, в который включены интерактивные ссылки (гиперссылки) на другие документы;
- б) текстовая составляющая web-сайта;
- в) текст, содержащий графическую информацию.

**47. *HTTP-уго:***

- а) язык для создания *weft*-сайта;
- б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных и веб-систем;
- в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет.

**48. HTML — это:**

- а) язык для создания *web-сайта*;
- б) аппаратно-независимый объектно-ориентированный язык для создания распределенных прикладных *web*-систем;
- в) протокол для обмена гипертекстовой информацией в сети Интернет.

**49. Ограничение доступа на основе идентификации предполагает:**

- а) ограничение доступа по IP-адресам;
- б) введение идентификатора получателя с паролем;
- в) оба эти метода.

**50. Несимметричное шифрование предполагает использование:**

- а) публичного ключа и закрытого ключа;
- б) только публичного ключа;
- в) только закрытого ключа.

**51. К ключевым российским законодательным актам, способствующим р. (ни і ню электронной коммерции, следует отнести:**

- а) Федеральный закон «Об участии в международном информационном обмене»;
- б) Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»;
- в) Федеральный закон «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности»;
- г) Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации.

**52. Что понимается под документом, или документированной информацией, в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации»:**

- а) зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать;

- б) информация, зафиксированная на бумажном носителе и заверенная подписью руководителя и печатью организации;
- в) упорядоченная совокупность данных, зафиксированных с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы;
- г) представленная на материальном носителе информация, имеющая аналог на бумажном носителе, оформленный в соответствии с существующими правилами.

**53. Признает ли гражданское законодательство допустимость использования при оформлении договоров электронных форм документов:**

- а) нет, не признает;
- б) признает при условии наличия электронно-цифровой подписи;
- в) признает только в части права распоряжения денежными средствами, находящимися на счете при использовании аналогов собственноручной подписи, кодов, паролей и иных средств, подтверждающих, что распоряжение дано уполномоченным на это лицом;
- г) да, признает.

**54. В чем назначение (цель) Федерального закона «Об электронной цифровой подписи»:**

- а) обеспечить правовые условия использования подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе;
- б) обеспечить правовые условия использования подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в документе на бумажном носителе при наличии оригинала документа на бумажном носителе;
- в) обеспечить правовые условия использования электронной цифровой подписи в электронных документах, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной

подписи в документе на бумажном носителе;

г) обеспечить правовые условия использования электронной подписи, при соблюдении которых электронная цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи в оригинале документа на бумажном носителе.

**55. Закрытый ключ электронной цифровой подписи — это:**

а) уникальная последовательность символов, известная владельцу сертификата ключа подписи и предназначенная для создания в электронных документах электронной цифровой подписи с использованием средств электронной цифровой подписи;

б) уникальная последовательность символов, соответствующая закрытому ключу электронной цифровой подписи, доступная любому пользователю информационной системы и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;

в) уникальная последовательность символов, соответствующая закрытому ключу электронной цифровой подписи, предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе;

г) уникальная последовательность символов, известная уполномоченному лицу удостоверяющего центра и предназначенная для подтверждения с использованием средств электронной цифровой подписи подлинности электронной цифровой подписи в электронном документе.

**56. Цель Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002—2010 годы)» определена как:**

а) внедрение и массовое распространение информационных и коммуникационных технологий;

б) обеспечение прав на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;

в) расширение подготовки специалистов по информационным и

коммуникационным технологиям и квалифицированных пользователей;

г) создание условий для развития демократии, повышение эффективности функционирования экономики, государственного управления и местного самоуправления.

**57. В системе программных мероприятий Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002—2010 годы)» отсутствует следующее направление:**

а) содействие развитию независимых средств массовой информации посредством внедрения ИКТ;

б) развитие телекоммуникационной инфраструктуры и создание пунктов подключения к открытым информационным системам;

в) формирование международной поддержки выполнения мероприятий Программы;

г) разработка и создание системы электронной торговли.

**58. Какой принцип регулирования электронной торговли отсутствует в проекте Закона «Об электронной торговле»:**

а) равенство участников регулируемых Законом отношений;

б) несудебного регулирования имущественных прав;

в) недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в частные дела;

г) свободы договора.

**59. Какие сведения не входят в число, составляющих коммерческую тайну:**

а) информация о численности и составе работников;

б) экономические результаты хозяйственной деятельности; . в) структура затрат;

г) ценовая политика.

**60. Типовое соглашение об обмене для международного коммерческого использования электронного обмена данными (Рекомендация ЕЭК ООН) включает следующие части:**

а) типовое соглашение об обмене; комментарии, уточняющие отдельные положения Соглашения; контрольный перечень элементов Технического приложения; сфера применения и структура; коммуникация и

функционирование; общие положения;

б) типовое соглашение об обмене; комментарии, уточняющие отдельные положения Соглашения; контрольный перечень элементов Технического приложения; сфера применения и структура; общие положения;

в) типовое соглашение об обмене; комментарии, уточняющие отдельные положения Соглашения; контрольный перечень элементов Технического приложения; сфера применения и структура;

г) типовое соглашение об обмене, комментарии, уточняющие отдельные положения Соглашения, контрольный перечень элементов Технического приложения.

### **61. Определения какого понятия нет в Типовом законе ЮНСИТРАЛ об электронной торговле:**

а) электронный обмен данными;

б) посредник;

в) электронно-цифровая подпись;

г) информационная система.

## **3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **3.1 Рекомендуемая литература**

#### *Основная литература*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30 ноября 1994 г. №51-ФЗ; Часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ.

2. Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».

3. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи».

4. Федеральный закон от 16 февраля 1995 г. № 15-ФЗ «О связи» (в ред.).

5. Рекомендация № 26 Европейской экономической комиссии ООН. Коммерческое использование соглашений об обмене для электронного обмена данными. Пятьдесят первая сессия Рабочей группы. Женева, март 1995 г.

6. Типовой проект «Об электронном документе». Принят МПА ЕврАзЭС 25

марта 2002 г. // Проблемы современной экономики. 2003. № 2(6).

7. Унифицированные правила поведения для обмена торговыми данными по телесвязи (ЮНСИД). Международная торговая палата. Публикация МТП № 452. Париж, 22 сентября 1987 г.

8. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002 — 2010 годы)». Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 28 января 2002 г №65.

9. Council Directive 1992/100/EEC of 19 November 1992 on rental right and lending right and on certain rights related to copyright in the field of intellectual property (OJ L 346, 27.11.1992).

10. Council Directive 1993/98/EEC of 29 October 1993 harmonising the term of protection of copyright and certain related rights (OJ L 290, 24.11.1993).

11. Directive 1996/9/EC of the European Parliament and of the Council of 11 March 1996 on the legal protection of databases (OJ L 77, 27.3.1996).

12. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market («Directive on electronic commerce»). Official Journal L 178, 17/07/2000 P. 0001 -0016.

13. EU Directive 1999/C 243/02 «Community Framework for Electronic Signatures»: [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int).

14 *Geralds, J.* Digital Signatures pass into US law: [www.vnunet.com](http://www.vnunet.com).

15. *Hill, R.* On-Line Arbitration: Issues and Solutions//Arbitration International. 1999.ЧЫ. 15. № 2. С 204.

16. 15NCITRAL Model law on electronic commerce. Одобрен Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН А/51/628 от 30 января 1997.

1)Соколова А. П., Геращенко Н. И. Электронная коммерция: мировой и отечественный опыт. - М.: Открытые системы, 2000. - 224 с.

6)Кочергин Д. А. Развитие электронной коммерции в секторе В2С в России // Вестник Санкт-Петербургского Государственного Университета, серия Экономика. - №3. - 2001.

7) Кочергин Д. А. Электронная коммерция: экономический потенциал и особенности развития // Вестник Санкт-Петербургского Государственного Университета, серия Экономика. - №2. - 2001.

### *Дополнительная литература*

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24 июля 2002 г. № 95-ФЗ.
2. Письмо Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 19 августа 1994 г. № С1-7/ОП-587 «Об отдельных рекомендациях, принятых на совещаниях по судебной-арбитражной практике».
3. Письмо Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 7 июня 1995 г. № С1-7/03-316 «О Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации».
4. Директива Совета европейских сообществ о правовой охране компьютерных программ № 91/250/ЕЭС. Брюссель, 14 мая 1991 г. Council Directive 91/250/EEC of 14 May 1991 on the legal protection of computer programs (OJ L 122, 17.5.1991).
5. Федеральный закон от 4 июля 1996 г. № 85-ФЗ «Об участии в международном информационном обмене».
6. Федеральный закон от 13 октября 1995 г. № 157-ФЗ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности».
7. Рекомендация № 17 Европейской экономической комиссии ООН. «ПЭЙТЕРМС»: Сокращения для условий платежа. Женева, сентябрь 1980 г. — март 1982 г.
8. Рекомендация № 25 Европейской экономической комиссии ООН «Использование стандарта Организации Объединенных Наций для электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте (ЭДИФАКТ ООН)». Женева, сентябрь 1996 г.

### *3.2 Рекомендуемые web-сайты*

[www.law.warwick.ac.uk](http://www.law.warwick.ac.uk)

[www.scad.utdallas.edu](http://www.scad.utdallas.edu)

www.europa.eu.int

www.assist.ra

www.intracen.org

[www.unicc.org](http://www.unicc.org)

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Недели	Количество часов	Тема и содержание лекций	Количество часов	Тема и содержание практических, лабораторных и индивидуальных занятий	Самостоятельная работа	Итого
	2	Теоретические основы электронной коммерции	2	Работа с поисковыми серверами	2	
	2	Системы электронной коммерции в секторе B2C: подходы к построению бизнес-операций	2	Работа с русскоязычными web-страницами в сети Интернет	2	
	2	Организация розничной торговли в Интернете	2	Работа со специализированным и базами данных в сети Интернет	2	
	2	Системы оплаты товаров и услуг в Интернет e	2	Анализ индексов деловой активности	3	
	2	Системы электронной коммерции в секторе B2B	2	Оценка Интернет-ресурсов с маркетинговой позиции	2	
	2	Электронная коммерция в индустрии услуг	2	Использование Интернет для продажи товаров и услуг	3	
	2	Технические аспекты создания систем электронной коммерции	2	Анализ Интернет магазинов	2	
	2	Мошейничество и безопасность в электронном бизнесе	4	Анализ нормативно-правового обеспечения электронной коммерции	2	
	2	Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции			2	