

### **3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

#### **Содержание**

3.1. Практические занятия.....	
3.1.1 Темы занятий, вопросы и методические рекомендации.....	2
3.1.2 Условия типовых задач, порядок решения.....	22
3.2. Темы контрольных работ. Материал для индивидуальной практической работы.....	50

## 3.1. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

### 3.1.1. Темы занятий, вопросы и методические рекомендации

#### Практическое занятие №1

#### Информационные компьютерные технологии и их роль в информационном обществе

#### Вопросы для обсуждения:

1. Информационное общество и роль ИТ.
2. Информационные технологии и их роль в обществе.
3. Компьютерная этика.

#### Методические рекомендации по теме №1

**Информационную технологию** можно определить как совокупность процессов, методов поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов.

Основные **особенности информационных технологий**, которые отличают их от технологий материального производства:

- целью информационной технологии является получение новой информации для ее анализа человеком и принятия на этой основе решения по выполнению определенного действия;
- средства, которыми осуществляется технологический процесс, — это в современных информационных технологиях разнообразные программные, аппаратные, программноаппаратные вычислительные комплексы;
- критериями оптимальности технологического процесса являются надежность обработки информации, достоверность и полнота обрабатываемой информации, своевременность передачи информации пользователям.

В истории развития цивилизации, неразрывно связанной с процессом накопления знаний, можно выделить несколько **этапов развития информационных технологий**, обусловленных кардинальными изменениями в сфере обработки информации. Следствием этих преобразований стали важные качественные изменения человеческого общества.

**Первый этап** развития информационных технологий связан с появлением человеческой речи на ранней стадии развития нашей цивилизации и открытием таких способов хранения информации на материальном носителе, как наскальная живопись и гравировка кости.

**Второй этап** связан с изобретением письменности. Появилась возможность регистрации символической информации на материальном носителе и передачи знаний от поколения к поколениям.

**Третий этап** (середина XVI в.) связан с изобретением книгопечатания, которое радикально изменило культуру и организацию деятельности. Появилась возможность активного распространения информации, ее тиражирования.

**Четвертый этап** (конец XIX в.) обусловлен изобретением электричества, благодаря которому появились телеграф, телефон, радио, позволяющие оперативно передавать и накапливать информацию.

**Пятый этап** (70-е гг. XX в.) связан с изобретением микропроцессорной технологии и появлением персонального компьютера. На микропроцессорах и интегральных схемах создаются компьютеры, компьютерные сети, системы передачи данных (информационные коммуникации). Этот период характеризуют три фундаментальные инновации:

- переход от механических и электрических средств преобразования информации к электронным;
- миниатюризация всех узлов, устройств, приборов и машин;
- создание программно-управляемых устройств и процессов.

Бурное развитие компьютерной техники и информационных технологий стимулировало развитие общества, построенного на использовании информации и знаний и получившего название *информационного общества*.

Под *информационным обществом* понимается общество, в котором информация является ключевым компонентом экономической и социальной жизни.

*Информационное общество* – общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей ее формы - знаний.

**Характерные черты информационного общества:**

- решена проблема информационного кризиса, в том числе информационного кризиса науки, т.е. разрешено противоречие между «информационной лавиной» и «информационным голодом»;
- обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами;
- главной формой развития является информационная экономика;
- в основу общества заложены автоматизированные процессы с помощью новейшей информационной техники и технологии, генерация, хранение, обработка и использование знаний;
- информационные технологии приобрели глобальный характер, охватив все сферы социальной деятельности человека;
- обеспечено информационное единство всей человеческой цивилизации.

**Опасные тенденции информатизации:**

- возрастающее влияние на общество средств массовой информации;

- возрастающие возможности проникновения в частную жизнь граждан или организаций посредством использования информационных технологий;
- усложняющаяся проблема отбора качественной и достоверной информации;
- увеличение разрыва между разработчиками и потребителями информационных технологий до стратегически опасной величины;
- усиление проблемы адаптации части людей к среде информационного общества.

**Информационные ресурсы** – отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).

Первый **кодекс** компьютерной этики был разработан и принят в Институте инженеров электроники и электротехники (IEEE) в 1979 г.

Основой всех кодексов служат десять заповедей:

1. Вы не будете использовать компьютер с целью повредить другим людям.
2. Вы не будете создавать помехи и вмешиваться в работу других пользователей компьютерных сетей.
3. Вы не будете совать нос в файлы, не предназначенные для свободного использования.
4. Вы не будете использовать компьютер для воровства.
5. Вы не будете использовать компьютер для распространения ложной информации.
6. Вы не будете использовать ворованное программное обеспечение.
7. Вы не будете использовать компьютерное оборудование или сетевые ресурсы без разрешения или соответствующей компенсации.
8. Вы не будете присваивать чужую интеллектуальную собственность.
9. Вы будете думать о возможных общественных последствиях программ, которые Вы пишете или систем, которые Вы разрабатываете.
10. Вы будете использовать компьютер с самоограничениями, которые показывают Вашу предупредительность и уважение к другим людям.

## **Практическое занятие №2**

### **Электронный бизнес и его место в современной экономике**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Отличия электронной коммерции и электронного бизнеса
2. Основные отличия электронной экономики от традиционной
3. Эволюция электронной коммерции
4. Коммерческий цикл в электронной коммерции
  - 4.1. Изменение направления бизнес-деятельности с переходом к электронной коммерции

## 4.2. Стратегии выхода в электронную коммерцию традиционного предприятия

### Методические рекомендации по теме №2

К основным видам электронного бизнеса, действительно приносящим прибыль, относятся:

- электронная коммерция;
- электронные аукционы;
- электронные банки;
- электронные указатели;
- электронные НИР и ОКР;
- электронные казино;
- электронный франчайзинг;
- электронное обучение;
- электронный маркетинг;
- электронные брокерские услуги;
- электронный менеджмент операционных ресурсов;
- электронный менеджмент поставок.

Под электронной коммерцией понимается технология, обеспечивающая полный замкнутый цикл операций, включающий в себя заказ товара (услуги), проведение платежей, участие в управлении доставкой товара (выполнение услуги). Эти операции проводятся с использованием электронных средств и информационных технологий и обеспечивают передачу прав собственности или пользования одним юридическим (физическим) лицом другому.

Электронный бизнес (ЭБ) – форма ведения бизнеса, при которой его значительная часть выполняется с применением информационных технологий (это локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.). Электронный бизнес включает в себя продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и партнерских отношений. Электронный бизнес (англ. – Electronic Business), е-бизнес – бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес-информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем. Значительная часть решений использует интернет-технологии для передачи данных и предоставления веб-сервисов. Впервые термин прозвучал в выступлении бывшего генерального директора IBM Луи Герстнера.

Части электронного бизнеса, связанные с Интернетом, включают в себя:

1) бизнес на Интернетe (интернет-провайдинг (организация, предоставляющая услуги доступа к сети Интернет и иные связанные с Интернетом услуги.), контент-провайдинг (организация, предоставляющая информацию необходимого типа за плату) и сервис-провайдинг (это общее название посредника различных услуг, который предоставляет организациям консалтинговые, юридические

сервисы, или же услуги по недвижимости, образованию, связи, хранения, обработки и другие)).

2) бизнес вокруг Интернета (поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм);

3) бизнес в Интернете (интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете).

#### **Основные отличия ЭК от ЭБ:**

- электронный бизнес может как иметь, так и не иметь коммерческой составляющей;

- электронная коммерция – ограниченное проявление электронного бизнеса, представляющее собой маркетинг, продажу, приобретение товаров/услуг с использованием телекоммуникационных технологий;

- электронный бизнес поддерживает цепочку добавления потребительской стоимости, интегрируя в цепочки несколько компаний;

- основной упор электронного бизнеса сделан на сферу управления цепочками поставщиков и внутренней деятельности компании.

#### **Объекты электронной коммерции:**

- товар, включая материальные ценности, изделия, предметы, сырье, продукцию производственно-технического назначения и иные объекты права собственности, которые в рамках законодательства могут быть отчуждаемыми;

- работа;

- услуга.

#### **Субъекты электронной коммерции:**

- физические лица; юридические лица, в том числе иностранные, независимо от собственности и организационно-правовой формы;

- финансовые институты;

- прочие юридические лица;

- государство как субъект права;

- органы власти;

- представители государственных организаций, которые участвуют в электронной коммерции в качестве лиц, осуществляющих электронную коммерцию;

- покупателей и заказчиков соответствующих товаров, работ или услуг.

#### **Общие экономические выгоды, получаемые участниками электронной коммерции:**

- сокращение операционных издержек;

- значительное уменьшение затрат на проведение рекламы;

- персонализация процесса обслуживания покупателей;

- возможность «легкого» опережения конкурентов;

- возможность эффективного управления и осуществления деятельности из любой точки;

- высокая «скорость» проведения маркетингового исследования ниш рыночных сегментов;
- снижение затрат на обмен информацией;
- возможность неограниченного роста числа покупателей;
- увеличение «прозрачности» компании;
- сокращение расходов на содержание магазинов;
- уменьшение себестоимости транзакций (минимальная логически осмысленная операция, которая имеет смысл и может быть совершена только полностью. ) и т.д.;
- общие экономические выгоды, получаемые фирмами производителями;
- возможность создания нового канала сбыта или освоения новой рыночной ниши;
- возможность отказа от услуг посредников;
- упрощение координации хозяйственных связей;
- увеличение оперативности получения информации;
- большая открытость фирм-производителей;
- повышение эффективности за счет интеграции с заказчиками;
- упрощение контактов;
- сокращение операционных расходов;
- экономия затрат у поставщиков.

#### **Общие экономические выгоды, получаемые покупателями:**

- минимизация затрат времени на посещение магазинов;
- обеспечение постоянной доступности магазинов для посещения;
- упрощение процедуры поиска товаров;
- возможность оперативного сравнения характеристик и цен товаров в различных магазинах;
- индивидуализация обслуживания;
- возможность получения экономии денежных средств;
- вовлечение покупателей в процесс разработки и внедрения продуктов и услуг;
- уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи;
- сокращение пути поставки товара покупателю;
- «ускоренная» обратная связь с «магазином».

#### **Проблемы электронной коммерции:**

- безопасность;
- целостность системы данных;
- масштабируемость;
- проблемы исполнения заказов;
- проблемы взаимоотношения с потребителем;
- продукция, которую не желают покупать онлайн;
- общая уязвимость;
- отсутствие подготовки специалистов по электронной коммерции;
- большой риск при начале своего дела.

## **Практическое занятие №3**

### **Составляющие электронную коммерцию**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Электронная коммерция, электронный магазин и платежная система
2. Основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции

#### **Методические рекомендации по теме №3**

Электронная коммерция является комплексным понятием и включает в себя электронный обмен данными.

Электронная коммерция содержит:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI);
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFS);
- электронную торговлю (e-trade);
- электронные деньги (e-cash);
- электронный маркетинг (e-marketing);
- электронный банкинг (e-banking);
- электронные страховые услуги (e-insurance).

**Электронный магазин** – это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) и покупателей, которые могут общаться и обмениваться информацией через электронные средства связи при полном (или минимальном) отсутствии личного прямого контакта.

**Платежная система** – это процедура технической инфраструктуры и правил, которые обеспечивают перевод денег от одного субъекта к другому субъекту экономики. Платежные системы составляют важную часть современных монетарных систем.

Платежные системы в зависимости от способа расчетов подразделяются на следующие три большие группы:

- кредитные схемы;
- дебетовые схемы;
- схемы с использованием «электронных денег».

В настоящее время к *моделям электронной коммерции* относятся:

- B2B = Business-to-Business («компания – компания»): это тот вид деятельности, когда две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета. Включает такие типы моделей, как модель агрегации; модель торгового концентратора; модель доски объявлений; модель аукционов; модель полностью автоматической биржи.

- B2C = Business-to-Consumer («компания – потребитель»): деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя.



- C2C = Consumer-to-Consumer («потребитель – потребитель»): «виртуальное торговое сообщество потребителей», где каждый человек может покупать и продавать вещи.

- C2B = Consumer-to-Business («потребитель – компания»): вид деятельности, предоставляющий потребителю возможность самостоятельно устанавливать стоимость для различных товаров и услуг, предлагаемых компаниями.

- B2G = Business-to-Government («компания – государство»): это тот вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет.

- E2E = Exchange-to-Exchange («биржа – биржа») подразумевает взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж. Потребитель зарегистрирован на одной бирже и посылает заявку на товар и/или услугу на данную биржу. Если на ней заявка не может быть удовлетворена, то она автоматически передается на другую биржу. Модель функционирует до удовлетворения запроса потребителя.

## **Практическое занятие №4** **Электронные финансовые структуры рынка**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Электронные финансовые структуры: интернет-банкинг, интернет-страхование, интернет-трейдинг
2. Финансовые сетевые структуры
3. Интернет как средство продвижения компании на рынке
4. Виртуальные банки
5. Электронный фондовый рынок

### **Методические рекомендации по теме №4**

К основным электронным финансовым структурам относятся:

- интернет-банкинг;
- интернет-страхование;
- интернет-трейдинг.

*Интернет-банкинг* – это технологии дистанционного банковского обслуживания, которое обеспечивает доступ к счетам и операциям со счетами, предоставляемый в любое время и с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Для использования этих технологий используется браузер, т.е. нет необходимости установки клиентского программного обеспечения.

Услуги интернет-банкинга включают в себя:

- выписки по счетам;
- предоставление информации по депозитам, кредитам, ПИФ и т.д.;
- заявки на открытие депозитов, получение кредитов, банковских карт и т.д.;
- внутренние переводы банка;
- переводы на счета в других банках;
- оплату услуг.

*Интернет-трейдинг* – это способ доступа к торгам на валютной, фондовой или товарной бирже с использованием Интернета.

*Интернет-страхование.* В наши дни все большее число финансовых институтов используют сеть Интернет для предоставления и продвижения своих услуг. Первыми были банки и другие финансовые посредники, теперь к ним присоединились страховые компании. Вполне логично, что, как и для любой другой формы электронного бизнеса, рынок интернет-страхования наиболее развит в Америке.

*Сетевой маркетинг* – система продажи товаров и услуг с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам, а также набирают (рекрутируют) новых дистрибьюторов и получают процент с продаж новых дистрибьюторов.

*Виртуальный банк* – это финансовая организация, которая осуществляет различные банковские операции в сети Интернет.

Выгода для организаторов виртуального банка:

- экономия на аренде офиса;
- отсутствие необходимости держать большой штат сотрудников и оплачивать их труд;
- отсутствие необходимости иметь обслуживающий персонал для уборки помещений и т.д.

*Фондовая интернет-биржа* – торговая площадка, которая обеспечивает необходимые условия для нормального обращения ценных бумаг в сети Интернет. Предметами электронной биржевой торговли являются в основном финансовые контракты, т.е. фьючерсы и опционы на валюты, фондовые индексы, процентные ставки и т.п.

Любая электронная биржевая система включает в себя три главных компонента, таких как:

- рабочая станция члена биржи – участника торговли (трейдера) (Trader Station). При помощи нее брокеры участвуют в торговле, получая рыночную информацию и вводя в систему свои приказы на покупку или продажу;

- линия связи (Communications Link) – средство для осуществления диалога между брокером и центральной биржей;

- центральная биржевая система (Central Exchange System). Обеспечивает сведение всей рыночной информации и выполнение приказов брокеров.

## Практическое занятие №5 Правовые аспекты электронного бизнеса

### Вопросы для обсуждения:

1. Правовые аспекты электронного бизнеса в Республике Беларусь
2. Европейское право
3. Директива Европейского союза
4. Принципы использования электронной подписи и сертификации
5. Заключение договоров с применением электронных средств
6. Разрешение споров в области электронной коммерции
7. Правовые условия электронной торговли в Республике Беларусь

### Методические рекомендации по теме №5

В сентябре 1995 г. был принят Закон Республики Беларусь «Об информатизации».

Ряд статей, определяющих порядок заключения электронных сделок, доказательную силу электронных документов, порядок использования электронных документов в банковской сфере, содержит Гражданский кодекс Республики Беларусь, Хозяйственный процессуальный кодекс Республики Беларусь, Банковский кодекс Республики Беларусь.

Белорусское процессуальное законодательство полностью уравнивает документы, полученные с помощью электронной, вычислительной и другой техники, либо полученные посредством факсимильной, электронной или иной связи с другими письменными доказательствами, при условии их надлежащего оформления и возможности проверить их достоверность (ст. 192 Гражданского процессуального кодекса и ст. 68 Хозяйственного процессуального кодекса Республики Беларусь).

С 1999 г. в Беларуси реализуется Концепция государственной политики в области информатизации. В концепции определены основные направления государственной политики в этой области. *Основной целью государственной политики в области информатизации является обеспечение перехода к новому этапу развития страны — построению информационного общества.* Основой этого перехода является создание единого информационно-телекоммуникационного пространства Республики Беларусь как базы для решения задач социально-экономического, политического и культурного развития страны и обеспечения ее безопасности.

Важным нормативным актом, способствующим развитию электронной коммерции, стал Закон Республики Беларусь «Об электронном документе», принятый Парламентом Республики Беларусь в январе 2000 г., так как он непосредственно регулирует общественные отношения в сети «Интернет».

В декабре 2002 г. принято постановление Совета Министров Республики Беларусь № 1819 (от 27.12.2002 г.) «Совершенствование законодательной базы и системы государственного регулирования в сфере информатизации».

Гражданский кодекс Республики Беларусь дает определение письменной формы сделки (п. 1 ст. 161); предоставляет сторонам право самостоятельно определять случаи, когда при совершении сделок допускается использование факсимильного воспроизведения подписи с помощью средств механического или иного копирования, электронно-цифровой подписи либо иного аналога собственноручной подписи (п. 2 ст. 161); заключает договор посредством электронной связи, приравненный к письменной форме (п. 2 ст. 404).

Согласно ст. 11 Закона Республики Беларусь «Об информатизации» документ, содержащий информацию, обработанную информационной системой, приобретает юридическую силу после его удостоверения соответствующим должностным лицом или электронной подписью. Юридическая сила электронной подписи признается при наличии в информационных системах и сетях программно-технических средств, обеспечивающих идентификацию подписи и надлежащим образом сертифицированных.

## **Практическое занятие №6 Электронный документооборот**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Основные определения, классификация систем электронного документооборота
2. Электронный документооборот – составная часть систем ЭУД
3. Системы CRM.

### **Методические рекомендации по теме №6**

Системы электронного управления документами (ЭУД) обеспечивают процесс создания, управления доступом и распространения больших объемов документов в компьютерных сетях, а также обеспечивают контроль над потоками документов в организации.

Часто эти документы хранятся в специальных хранилищах или иерархии файловой системы. Типы файлов, которые, как правило, поддерживают системы ЭУД, включают в себя текстовые документы, образы, электронные таблицы, аудио-, видео-данные и документы веб. Создание документов, управление доступом, преобразование и безопасность являются общими возможностями систем ЭУД.

***Классификация систем электронного управления документами.***

*Системы ЭУД, ориентированные на бизнес-процессы*, как правило, предназначены для специфических вертикальных и горизонтальных приложений, иногда ориентированных на использование в определенной индустрии. Эти решения обеспечивают полный жизненный цикл работы с документами, включая технологии работы с образами, управления записями и потоками работ, контентом и т.д.

*Корпоративные системы ЭУД* обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации. Основные возможности этих систем аналогичны системам, ориентированным на бизнес-процессы. Однако их отличительной особенностью является способ использования и распространения. Аналогично таким средствам, как текстовые редакторы и электронные таблицы, корпоративные системы ЭУД являются стандартным «приложением по умолчанию» для создания и публикации документов в организации. Как правило, эти средства не ориентированы на использование только в какой-то определенной индустрии или узко определенной задачи. Они предлагаются и внедряются как общекорпоративные технологии, доступные практически любой категории пользователей.

*Системы управления контентом* обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции.

*Системы управления информацией*, называемые также порталами, обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet. Эти технологии обеспечивают фундамент создания информационных порталов.

*Системы управления образами* преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат (как правило, это TIFF (Tagged Image File Format)), после чего документ может быть использован в работе уже в электронной форме.

*Системы управления потоками работ (workflow)* обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов. Они используются в целях ускорения бизнес-процессов, увеличения эффективности и степени контролируемости процессов в организации.

*Электронный документооборот (ЭДО)* – это совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «безбумажного делопроизводства».

*Электронный документ (ЭД)* – это документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата.

### ***Классификация систем электронного документооборота.***

- Системы электронного документооборота с развитыми средствами хранения и поиска информации (электронные архивы – ЭА).
- Системы электронного документооборота с развитыми средствами workflow (WF).
- Системы электронного документооборота, ориентированные на поддержку управления организацией и накопление знаний.
- Системы электронного документооборота, ориентированные на поддержку совместной работы (collaboration).

### **Задачи систем электронного документооборота:**

- обеспечение эффективного управления за счет автоматического контроля выполнения, прозрачности деятельности всей организации на всех уровнях;
  - поддержка системы контроля качества, соответствующей международным нормам;
  - поддержка эффективного накопления, управления и доступа к информации и знаниям; обеспечение кадровой гибкости за счет большей формализации деятельности каждого сотрудника и возможности хранения всей предыстории его деятельности;
  - протоколирование деятельности предприятия в целом (внутренние служебные расследования, анализ деятельности подразделений, выявление «горячих точек» в деятельности);
  - оптимизация бизнес-процессов и автоматизация механизма их выполнения и контроля;
  - исключение бумажных документов из внутреннего оборота предприятия; экономия ресурсов за счет сокращения издержек на управление потоками документов в организации;
  - исключение необходимости или существенное упрощение и удешевление хранения бумажных документов за счет наличия оперативного электронного архива.

## **Практическое занятие №7 Интернет-маркетинг и его инструменты**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие Интернет-маркетинга
2. Особенности интернет-маркетинга
3. Инструменты интернет-маркетинга
  - Контекстная реклама.
  - Баннерная реклама.
  - Реклама в социальных сетях (SMM).
  - E-mail рассылки.
  - Лидогенерация.

- Ретаркетинг.
- Аукцион в режиме реального времени (RTB).

## Методические рекомендации по теме №7

**Интернет-маркетинг** – теория и методология организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета.

*Интернет-маркетинг может преследовать следующие цели и задачи:*

1. Увеличение объема продаж за счет внедрения электронной коммерции в режиме «онлайн».
2. Сетевая реклама товаров и услуг с целью увеличения объема продаж традиционными способами.
3. Сокращение издержек на ведение бизнеса.
4. Создание положительного современного имиджа.
5. Создание информационных баз данных.
6. Предоставление новых услуг.
7. Сбор информации о рынке, пополнение маркетинговых баз данных.

### **Основные особенности интернет-маркетинга:**

1. Переход ключевой роли от производителей к потребителям.
2. Глобализация деятельности и снижение транзакционных издержек.
3. Персонализация взаимодействия и переход к маркетингу «один – одному».
4. Снижение трансформационных издержек.

### **Инструменты интернет-маркетинга:**

1. Контекстная реклама.
2. Баннерная реклама.
3. Реклама в социальных сетях (SMM).
4. E-mail рассылки.
5. Лидогенерация.
6. Ретаркетинг.
7. Аукцион в режиме реального времени (RTB).

*Контекстная реклама (контекст)* — контекстно-зависимые рекламные текстовые объявления или баннеры, отображаемые под строкой поиска либо в правой колонке от выдачи поисковой системы по запросам пользователей.

*Баннерная реклама* — рекламные сообщения в виде статичных либо анимированных картинок (gif- или flash-баннеров), расположенных на страницах различных сайтов – крупных порталов или сайтов СМИ и т. п. для имиджевого продвижения товаров, услуг компании или раскрутки бренда.

*E-mail рассылки* – письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер.

*SMM (Social Media Marketing)* — это собственно продвижение сайта, товара, услуги и т. п. в соцсетях.

*Вирусный маркетинг* — это комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся

одновременно и передатчиками этой рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах.

*Лидогенерация* (от англ. leadgeneration) — это работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий.

*Ретаргетинг* — это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку. В случае когда компания уже потратила бюджет на привлечение пользователя к себе на сайт, термин «ретаргетинг» означает повторную коммуникацию с тем же пользователем, но другим способом (с использованием другого бюджета).

*RTB* (англ. RealTimeBidding) – это аукцион рекламных объявлений в реальном времени.

## **Практическое занятие №8**

### **Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса
2. Модели организации коммуникационной платформы
3. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса
4. Электронная витрина предприятий электронной коммерции.  
Типовая структура электронной витрины

#### **Методические рекомендации по теме №8**

**Инфраструктура** – это основа, обеспечивающая функционирование любого электронного бизнеса.

В электронной коммерции различают две категории: инфраструктуру и экономическую деятельность.

*Инфраструктура состоит из двух категорий:*

- инфраструктуры Интернета, представляющей собой глобальные сети высокоскоростных персональных компьютеров и являющейся физической основой электронной коммерции (первый уровень);

- инфраструктуры интернет-приложений, включающей в себя программные продукты, обеспечивающие работу в среде Интернета, консультации, обучение и интегрированные услуги, обслуживание сетей (второй уровень).

Категория экономической деятельности также может быть подразделена на две составляющие:

- транзакции с привлечением интернет-посредников, которые повышают эффективность электронных рынков, помогая покупателям и продавцам находить друг друга, способствуя их взаимодействию и предоставляя им



различного рода маркетинговые услуги. К интернет-посредникам относятся онлайн-брокеры, порталы, рекламные агенты (третий уровень);

- прямые сделки в режиме реального времени. Осуществляются компаниями, которые продают товары и услуги отдельным покупателям и (или) компаниям (государственным) структурам через Интернет. К компаниям, работающим на этом уровне, относятся компании розничной торговли (электронные магазины), производители компьютерного оснащения и программного обеспечения, продающие свой товар, транспортные компании, туристические фирмы и многие другие участники рыночных отношений (четвертый уровень).

*Общая схема инфраструктуры электронного бизнеса отражает пять логических функций, таких как:*

- серверы веб-приложений (Web Application Server). Обрабатывают в компании логику приложений для электронного бизнеса и управляют взаимодействием с пользователями.

- службы каталогов и безопасности (Directory and Security Services). В их задачу входят вычислительные функции на стыке внутренней инфраструктуры электронного бизнеса компании и внешней среды Интернета.

- граничные серверы (Edge Servers). Сервер управления политиками безопасности обеспечивает единую и глобальную регистрацию для множественных систем, что позволяет устранить потребность во множестве паролей.

- серверы данных и транзакций (Data&Transaction Servers). Формирование гибкой и надежной инфраструктуры электронного бизнеса требует целостной интеграции между серверами веб-приложений и внутренними серверами данных и транзакций.

- управление хранением данных (Storage Management).

## **Практическое занятие №9 Системы электронных платежей**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Основные понятия и классификация платежных систем
2. Примеры платежных систем
3. Правовые аспекты электронных денег

### **Методические рекомендации по теме №9**

**Платежная система** – это интернет-система проведения расчетов между финансовыми организациями, бизнес-организациями и интернет-пользователями в процессе покупки/продажи товаров и услуг через Интернет.

*Все платежные системы по имеющейся схеме платежей можно разделить на следующие виды:*

- дебетовые (работающие с электронными чеками и цифровой наличностью);
- кредитные (работающие с кредитными карточками).

#### ***Дебетовые системы.***

Дебетовые схемы платежей построены аналогично их оф-флайновым прототипам: чековым и обычным денежным. В схему вовлечены две независимые стороны: эмитенты и пользователи.

Под эмитентом понимается субъект, управляющий платежной системой. Он выпускает некие электронные единицы, представляющие платежи (например, деньги на счетах в банках). Пользователи систем выполняют две главные функции. Они производят и принимают платежи в Интернет, используя выпущенные электронные единицы.

#### ***Кредитные системы.***

Интернет-кредитные системы являются аналогами обычных систем, работающих с кредитными картами. Отличие состоит в проведении всех транзакций через Интернет, как следствие – необходимости дополнительных средств безопасности и аутентификации.

В проведении платежей через Интернет с помощью кредитных карт участвуют:

- покупатель. Это клиент, имеющий компьютер с веб-браузером и доступом в Интернет;
- банк-эмитент. Здесь находится расчетный счет покупателя. Банк-эмитент выпускает карточки и является гарантом выполнения финансовых обязательств клиента;
- продавцы. Под продавцами понимаются серверы электронной коммерции, на которых ведутся каталоги товаров и услуг, принимаются заказы клиентов на покупку;
- банки-эквайеры. Это банки, обслуживающие продавцов. Каждый продавец имеет единственный банк, в котором он держит свой расчетный счет;
- платежная система Интернета. Это электронные компоненты, являющиеся посредниками между остальными участниками;
- традиционная платежная система. Это комплекс финансовых и технологических средств для обслуживания карт данного типа.

**Платежный агрегатор** — это система электронной коммерции, которая объединяет все возможные способы оплаты в один для облегчения проведения платежей в интернете.

## **Практическое занятие №10** **Эффективность электронного бизнеса**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие и критерии эффективности. Методический подход к оценке эффективности электронной коммерции.
2. Классификация направлений оценки эффективности электронного бизнеса.

### Методические рекомендации по теме №10

1. Эффективность применения различных средств входа на сервер рассчитывается по формуле:

$$E_B = \frac{K_B}{\Pi_{\Pi}},$$

где  $E_B$  – эффективность средства входа;

$K_B$  – количество посетителей, воспользовавшихся средством входа на сервер;

$\Pi_{\Pi}$  – общее количество посещений сервера за исследуемый период.

2. Оценка посещений страниц сервера определяется по формуле:

$$O_B = \frac{K_{BC}}{\Pi_{\Pi}},$$

где  $O_B$  – оценка посещений страницы за исследуемый период;

$K_{BC}$  – количество посещений страницы за исследуемый период;

$\Pi_{\Pi}$  – общее количество посещений сервера за исследуемый период.

3. Эффективность баннерной рекламы определяется по формуле:

$$E_B = \frac{K_B}{B_K},$$

где  $E_B$  – эффективность баннерной рекламы;

$K_B$  – количество посетителей страницы, где находится информационный баннер;

$B_K$  – количество посетителей, которые "кликнули" информационный баннер.

4. Эффективность преобразования посетителей в покупателей рассчитывается по формуле:

$$E_{\Pi} = \frac{\Pi_T}{\Pi} * 100\%,$$

где  $E_{\Pi}$  – эффективность преобразования посетителей в покупателей;

$\Pi_T$  – количество посетителей, которые купили товар;

$\Pi$  – общее количество посетителей сервера.

5. Количество повторных посещений сервера определяется по формуле:

$$K_{\Pi} = \frac{\Pi_{\Pi}}{\Pi}.$$

## **Практическое занятие №11** **Безопасность электронного бизнеса**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Принципы создания системы информационной безопасности электронной коммерции
2. Международный стандарт ISO 27001
3. Способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции
4. Классификация убытков
5. Критерии эффективности систем защиты.
6. Проблемы и основные требования безопасности в электронной коммерции
7. Классификация типов мошенничества в электронной коммерции

### **Методические рекомендации по теме №11**

Классификация возможных типов мошенничества в электронной коммерции:

- транзакции (операции безналичных расчетов), выполненные мошенниками с использованием правильных реквизитов карточки (номер карточки, срок ее действия и т.п.);
- получение данных о клиенте через взлом БД торговых предприятий или путем перехвата сообщений покупателя, содержащих его персональные данные;
- магазины-бабочки, возникающие, как правило, на непродолжительное время, для того, чтобы исчезнуть после получения от покупателей средств за несуществующие услуги или товары;
- увеличение стоимости товара по отношению к предлагавшейся покупателю цене или повтор списаний со счета клиента;
- магазины или торговые агенты, предназначенные для сбора информации о реквизитах карт и других персональных данных покупателя.

***Принципы создания и функционирования системы обеспечения безопасности*** можно разбить на три основных блока:

- - общие принципы обеспечения безопасности;
- - организационные принципы;
- - принципы реализации системы безопасности.
- Убытки, которые могут возникать на предприятии, занимающемся электронной коммерцией, из-за нарушения информационной безопасности, можно разделить на прямые и косвенные.

*Прямые убытки* могут быть выражены:

- в стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации в результате пожара, стихийного бедствия,

кражи, ограбления, ошибки в эксплуатации, неосторожности обслуживающего персонала, взлома компьютерных систем и действий вирусов;

- в стоимости ничтожных (незаконных) операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме, путем несанкционированного проникновения в компьютерные системы и сети, а также злоумышленной модификации данных, преднамеренной порчи данных на электронных носителях при хранении, перевозке или перезаписи информации, передачи и получения сфальсифицированных поручений в сетях электронной передачи данных и др.;

- в стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьим лицам (субъектам электронной коммерции — клиентам, пользователям). При пожарах, стихийных бедствиях и других событиях могут возникать убытки, напрямую не связанные с информационной безопасностью, например убытки, определяемые стоимостью утраченного оборудования или расходами на восстановление поврежденного оборудования.

*Косвенные убытки* могут выражаться в текущих расходах на выплату заработной платы, процентов по кредитам, арендной платы, амортизации и потерянной прибыли, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности предприятия из-за нарушения безопасности предприятия.

Международные платежные системы приводят следующую классификацию возможных типов мошенничества через Интернет:

- транзакции, выполненные мошенниками с использованием правильных реквизитов карточки (номер карточки, срок ее действия и т. п.);

- компрометация данных (получение данных о клиенте через взлом баз данных (БД) торговых предприятий или путем перехвата сообщений покупателя, содержащих его персональные данные) с целью их использования в мошеннических целях;

- магазины, возникающие, как правило, на непродолжительное время для того, чтобы исчезнуть после получения от покупателей средств за несуществующие услуги или товары;

- злоупотребления торговых предприятий, связанные с увеличением стоимости товара по отношению к предлагавшейся покупателю цене или повторными списаниями со счета клиента;

- магазины и торговые агенты (Acquiring Agent), предназначенные для сбора информации о реквизитах карт и других персональных данных покупателей.

### **3.1.2 Решение типовых задач и материал для ответов на тесты**

#### **Практическое занятие №1 Информационные компьютерные технологии и их роль в информационном обществе**

#### **Тестовые вопросы по теме №1**

**2. Что из перечисленного относится к составляющим элементам информационных технологий ?**

- А) все перечисленное;
- Б) компьютеры;
- В) программное обеспечение;
- Г) телекоммуникационное оборудование

**3. Что из перечисленного НЕ соответствует характерным чертам информационного общества?**

- А) главной формой развития является информационная экономика;
- Б) обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами;
- В) информационные технологии охватывают не все сферы социальной деятельности человека;
- Г) обеспечено информаций единство всей человеческой цивилизации.

**4. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «информационные ресурсы» ?**

- А) отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах;
- Б) отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах;
- В) отдельные документы в информационных системах;
- Г) документы и массивы документов в информационных системах.

**4. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «информационные технологии» ?**

- А) совокупность процессов, методов поиска, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов;
- Б) совокупность процессов, методов хранения, обработки, предоставления, распространения информации;
- В) совокупность методов поиска, хранения, обработки, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов;
- Г) совокупность процессов, методов поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов.

**5. Что из перечисленного относится к опасным тенденциям информатизации?**

- А) усложнение проблемы отбора качественной и достоверной информации;

- Б) средства массовой информации не влияют на общество;
- В) отсутствует проблема адаптации людей к среде информационного общества;
- Г) нет верного ответа.

**6. Что из перечисленного не относится к заповедям Кодекса компьютерной этики:**

- А) не использовать компьютер с целью повредить другим людям;
- Б) использовать компьютер для воровства;
- В) не присваивать чужую интеллектуальную собственность;
- Г) не использовать компьютер для распространения ложной информации.

**7. Что из перечисленного НЕ соответствует направлениям, по которым информационные технологии оказывают влияние на развитие информационного общества ?**

- А) информационные технологии позволяют оптимизировать и автоматизировать информационные процессы, которые являются объектами труда для людей, занятых в сфере информационных услуг;
- Б) информационные технологии входят в состав большинства производственных или социальных технологий;
- В) информационные технологии играют ключевую роль в процессах получения и накопления знаний;
- Г) информационные технологии не эффективно создают информационные ресурсы общества.

**1. Что из перечисленного НЕ относится к обязательствам юридических и физических лиц, действующих в области информатизации и телекоммуникации?**

- А) не извлекать прибыль от использования товарного знака, принадлежащего другой фирме или продукции;
- Б) нарушать признанные нормы авторского права;
- В) не нарушать тайны передачи сообщений, не практиковать вскрытие информационных систем и сетей передачи данных;
- Г) не производить, не копировать и не использовать программные и технические средства не приобретённые на законных основаниях.

**2. Что из перечисленного относится составляющим элементом информационной индустрии?**

- А) природные ресурсы;
- Б) телекоммуникации;
- В) нет верного ответа;
- Г) только трудовые ресурсы.

## **Практическое занятие №2**

### **Электронный бизнес и его место в современной экономике**

#### **Тестовые вопросы по теме №2**

**1. Что из перечисленного НЕ относится к видам электронного бизнеса ?**

- А) электронный аукцион;
- Б) электронное казино;
- В) электронные медицинские услуги;

Г) электронные банки.

**2. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес на интернете»?**

- А) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- Б) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- В) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Г) все ответы верны.

**3. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес вокруг интернета»?**

- А) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- Б) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- В) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Г) электронные банки.

**4. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес в интернете»?**

- А) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Б) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- В) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- Г) нет верного ответа.

**5. Что из перечисленного соответствует полному определению категории «электронная коммерция»?**

- А) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей систем;
- Б) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей телекоммуникационных технологий сетей;
- В) ограниченные формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей;
- Г) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей.

**6. Что из перечисленного не относится к объектам электронной коммерции?**

- А) работа;
- Б) услуга;
- В) товар;
- Г) человек.

**7. Что из перечисленного НЕ относится к субъектам электронной коммерции ?**

- А) товар;
- Б) физические лица;
- В) органы власти;



- Г) финансовые институты.
- 8. Что из перечисленного НЕ относится к экономическим выгодам получаемым участниками электронной коммерции ?**
- А) увеличение затрат на проведение рекламы;
  - Б) сокращение операционных издержек;
  - В) высокая «скорость» проведения маркетингового исследования ниш рыночных сегментов;
  - Г) снижение затрат на обмен информацией.
- 9. Что из перечисленного НЕ относится к экономическим выгодам, получаемым покупателями электронной коммерции?**
- А) уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи;
  - Б) сокращение пути поставки товара покупателю;
  - В) упрощение процедуры поиска товаров;
  - Г) увеличение затрат времени на посещение магазинов.
- 10. Что из перечисленного относится к первой фазе развития электронной коммерции?**
- А) коммуникации;
  - Б) односторонний маркетинг;
  - В) трансформацией бизнес-процессов;
  - Г) возникновение системы Всемирной паутины.
- 11. Что из перечисленного относится к второй фазе развития электронной коммерции?**
- А) коммуникации;
  - Б) односторонний маркетинг;
  - В) трансформацией бизнес-процессов;
  - Г) возникновение системы Всемирной паутины.
- 12. Что из перечисленного относится к третьей фазе развития электронной коммерции?**
- А) коммуникации;
  - Б) односторонний маркетинг;
  - В) трансформацией бизнес-процессов;
  - Г) возникновение системы Всемирной паутины.
- 13. Что из перечисленного НЕ соответствует целям электронной коммерции?**
- А) сокращение издержек;
  - Б) снижение качества обслуживания;
  - В) ускорение выполнения запросов клиентов;
  - Г) сокращение времени производственного цикла.

## Практическое занятие №3 Составляющие электронную коммерцию

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Проанализировать типовую структуру электронных магазинов. Провести сравнительный анализ электронных магазинов, сформировать отчет по результатам анализа.

1. По последней цифре зачетной книжки студента выбрать из таблицы 1 соответствующий вид товаров (услуг).

*Таблица 1* – Виды товарных групп для анализа электронных магазинов сектора В2С (бизнес-потребитель)

Вариант	Товарная группа	Вариант	Товарная группа
1	Аудио, видео	6	Одежда, обувь
2	Книжная продукция	7	Парфюмерия, косметика
3	Компьютерная техника	8	Продукты питания
4	Лекарственные препараты	9	Одежда, обувь
5	Мебель, предметы интерьера	0	Средства связи

2. Пользуясь средствами поиска сети Интернет, найти четыре электронных магазина – два белорусских и два зарубежных (язык английский, немецкий, французский...), торгующих соответствующими товарами/услугами, занести их названия и web-адреса в таблицу 2.

3. Выбрать название конкретного товара (услуги), процесс покупки которого будет моделирован, и занести его название в таблицу 2. Например, товарная группа – «Ювелирные изделия», название товара – «Бриллиантовое кольцо».

*Таблица 2* – Электронные магазины и товары (пример заполнения)

Вариант	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Название товара/услуги
5	Ювелирные изделия	Магазин № 1	www.mag1.by	Бриллиантовое кольцо
		Магазин № 2	www.mag2.by	
		Магазин № 3	www.mag3.fr	
		Магазин № 4	www.mag4.en	

4. Изучить процесс заказа и покупки выбранного товара/услуги в каждом магазине.

Примечание – В процессе покупки подтверждения заказа **НЕ ДЕЛАТЬ!**

5. После изучения процесса покупки занести в отчет ответы на указанные ниже вопросы по каждому из четырех электронных магазинов:

- опишите (изобразите при помощи программных средств) типовую структуру Интернет-магазина;
- оцените товарный ассортимент магазина (наличие разделов и подразделов);
- сколько шагов потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы);
- оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара (услуги);
- отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса;
- отметьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц;
- проводилась (и на каком этапе) или нет регистрация посетителя и какие сведения потребовались;
- предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании корзины (в т.ч. для повторных клиентов);
- перечислить предлагаемые электронным магазином системы оплаты;
- перечислить предлагаемые электронным магазином системы доставки;
- провести проверку индексации и посещаемости сайтов (с помощью средств бесплатного аудита веб-сайтов [su-pr.com](http://su-pr.com), [pr-su.ru](http://pr-su.ru) или [auditme.ru](http://auditme.ru)).

6. Занести результаты сравнения электронных магазинов по пятибалльной шкале в таблицу 3.

7. Проставить предпочтение (вес) каждого критерия (вес критерия должен быть уникальным), средствами текстового редактора MS Word рассчитать средневзвешенную оценку каждого магазина (таблица 4) по формуле

$$S = (\sum(\text{вес} \times \text{оценка})) / \text{количество критериев.}$$

**Вывод по работе:** по данным анализа, в каком из представленных магазинов лучше покупать выбранный товар, почему.

*Таблица 3 – Результаты сравнения электронных магазинов*

Критерии оценки	Оценка			
	магазина № 1	магазина № 2	магазина № 3	магазина № 4
1 Скорость загрузки сайта				
2 Полнота текстового описания				
3 Степень дружелюбности интерфейса				
4 Графическое и мультимедийное оформление				
5 Удобство системы				

регистрации				
6 Дополнительные сервисные услуги				
7 Полнота онлайн-помощи				
8 Стоимость выбранного товара				
9 Количество товарных разделов				
10 Количество шагов при поиске				
11 Количество систем оплаты				
12 Количество систем доставки				
13 Уровень индексации сайта				
14 Посещаемость сайта				

Таблица 4 – Средневзвешенная оценка электронных магазинов

Критерии оценки	Вес критерия	Балл			
		магазина № 1	магазина № 2	магазина № 3	магазина № 4
1 Скорость загрузки сайта					
2 Полнота текстового описания					
3 Степень дружелюбности интерфейса					
4 Графическое и мультимедийное оформление					
5 Удобство системы регистрации					
6 Дополнительные сервисные услуги					
7 Полнота онлайн-помощи					
8 Стоимость выбранного товара					
9 Количество товарных разделов					
10 Количество шагов при поиске					
11 Количество систем оплаты					
12 Количество систем доставки					
13 Уровень					

индексации сайта					
14 Посещаемость сайта					
<b>Итого (S)</b>					

## Практическое занятие №4 Электронные финансовые структуры рынка

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Дать общую характеристику выбранных предприятий (торговых площадок) модели В2В (сфера деятельности, ассортимент, партнеры, потребители). Сделать выводы об отличительных особенностях каждого из рассмотренных предприятий.

1. По последней цифре зачетной книжки студента выбрать из таблицы 1 соответствующий вид товаров (услуг).

2. Пользуясь поисковыми системами и Интернет-каталогами, информационно-справочными порталами, найти не менее четырех предприятий (торговых площадок) модели В2В по выбранному сектору рынка и занести их названия и web-адреса в таблицу 2.

*Таблица 1 – Виды товаров (услуг) электронной коммерции сектора В2В*

Вариант	Товарная группа	Вариант	Товарная группа
1	Компьютеры и ИТ	6	Строительство
2	Лесная промышленность	7	Химическая промышленность
3	Медицина и здравоохранение	8	Транспорт
4	Продукты питания	9	Машиностроение
5	Сельское хозяйство	0	Топливо-энергетический комплекс

*Таблица 2 – Названия и web-адреса предприятий сектора В2В*

Вариант	Товарный сектор	Название предприятия	Web-адрес предприятия

3. Дать общую характеристику выбранных предприятий (торговых площадок) модели В2В (сфера деятельности, ассортимент, партнеры, потребители). После просмотра каждого из найденных предприятий занести в отчет ответы на следующие вопросы:

- а) оцените представленный каталог товаров, услуг, организаций;
- б) оцените возможности поисковой системы по поиску товаров, услуг, организаций;
- в) отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса;
- г) на каком этапе проводится регистрация посетителя? Каковы требования для регистрации?
- д) предлагаются ли какие-либо дополнительные услуги для клиентов (документация, постановления, обзоры, статьи, новости, биржи труда и т.п.)?
- е) присутствует ли возможность участия в тендерах? Можно ли просмотреть существующие заявки на покупку, продажу, экспорт, импорт? Доступна ли информация о ценах?
- ж) имеется ли онлайн-помощь?
- з) каковы источники дохода каждой из площадок?

4. Проведите проверку индексации и посещаемости сайтов (с помощью средств бесплатного аудита веб-сайтов [su-pr.com](http://su-pr.com), [pr-su.ru](http://pr-su.ru) или [auditme.ru](http://auditme.ru))

5. Проанализировать результаты ответов на вопросы п. 3 и сделать выводы об отличительных особенностях каждого из рассмотренных предприятий.

6. Средствами MS Office (MS Word или MS Visio) построить организационную диаграмму, отображающую структуру сайта торговой площадки.

## **Практическое занятие №5** **Правовые аспекты электронного бизнеса**

### **Тестовые вопросы по теме №5**

1. Что из перечисленного является сферой действия Закона РБ «Об информатизации» (выберите полный ответ)?

- А) правоотношения, возникающие в процессе использования документированной информации;
- Б) правоотношения, возникающие в процессе формирования и использования документированной информации;
- В) правоотношения, возникающие в процессе формирования и использования документированной информации, создания информационных технологий, автоматизированных или автоматических информационных систем и сетей;
- Г) правоотношения, возникающие в процессе создания информационных технологий, автоматизированных или автоматических информационных систем и сетей.

**2. Что из перечисленного является сферой действия Закона РБ «Об электронном документе» (выберите полный ответ)?**

А) устанавливает правовые основы применения электронных документов, а также права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов;

Б) устанавливает правовые основы применения электронных документов, определяет основные требования, предъявляемые к электронным документам, а также права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов;

В) определяет основные требования, предъявляемые к электронным документам, а также права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов;

Г) устанавливает права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов.

**3. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «электронный документ» (с позиции Закона РБ РБ «Об электронном документе»)?**

А) любая информация, зафиксированная на машинном носителе, представленная в форме, понятной для восприятия человека. Электронный документ в обязательном порядке должен содержать электронную подпись и иные реквизиты, позволяющие его идентифицировать;

Б) любая информация, зафиксированная на машинном носителе, представленная в форме, понятной для восприятия человека.;

В) любая информация, зафиксированная на машинном носителе. Электронный документ в обязательном порядке должен содержать электронную подпись и иные реквизиты, позволяющие его идентифицировать;

Г) любая информация, понятная для восприятия человека. Электронный документ в обязательном порядке должен содержать электронную подпись и иные реквизиты, позволяющие его идентифицировать.

**4. Что из перечисленного НЕ относится к условиям признания юридической силы электронной цифровой подписи?**

А) несертифицированность подписи;

Б) идентификация подписи;

В) сертификация подписи;

Г) нет верного ответа.

**5. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «электронная подпись» (с позиции директивы Европейского союза)?**

А) данные в электронной форме, которые присоединены и используются в качестве метода аутентификации;

Б) данные в электронной форме, которые присоединены или логически ассоциированы с другими электронными данными и которые используются в качестве метода аутентификации;

В) данные в электронной форме, которые логически ассоциированы с другими электронными данными и которые используются в качестве метода аутентификации;

Г) данные в электронной форме, которые используются в качестве метода аутентификации.

**6. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «расширенная электронная подпись» (с позиции директивы Европейского союза)?**

А) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:

-связана с данными, к которым она относится таким образом, что можно определить всякое последующее изменение данных;

-создана с использованием средств, которые подписывающий может сохранить под своим единоличным контролем;

Б) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:

-создана с использованием средств, которые подписывающий может сохранить под своим единоличным контролем;

- может служить для идентификации подписывающего;

В) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:

-однозначно связана с подписывающим;

-связана с данными, к которым она относится таким образом, что можно определить всякое последующее изменение данных;

Г) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:

-однозначно связана с подписывающим;

-связана с данными, к которым она относится таким образом, что можно определить всякое последующее изменение данных;

-создана с использованием средств, которые подписывающий может сохранить под своим единоличным контролем;

- может служить для идентификации подписывающего.

**7. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «проверенный сертификат» (с позиции директивы Европейского союза)?**

А) процесс, который должен включать в себя определенные данные: имя подписывающего; идентификацию поставщика услуг сертификации; указание на то, что сертификат выдан как проверенный; идентификационный код сертификата; указание начала и окончания периода действительности сертификата; данные для верификации подписи, соответствующие данным о создании подписи под контролем подписывающего; расширенную электронную подпись поставщика услуг, выдавшего сертификат.

Б) процесс, который должен включать в себя определенные данные: имя подписывающего; указание на то, что сертификат выдан как проверенный; идентификационный код сертификата; указание начала и окончания периода действительности сертификата; данные для верификации подписи, соответствующие данным о создании подписи под контролем подписывающего;

В) процесс, который должен, в частности, включать в себя определенные данные: идентификацию поставщика услуг сертификации; указание начала и окончания периода действительности сертификата; данные для верификации подписи, соответствующие данным о создании подписи под контролем подписывающего; расширенную электронную подпись поставщика услуг, выдавшего сертификат;

Г) процесс, который должен, в частности, включать в себя определенные данные: имя подписывающего; идентификацию поставщика услуг сертификации; указание на то, что сертификат выдан как проверенный; идентификационный код сертификата; расширенную электронную подпись поставщика услуг, выдавшего сертификат.



**8. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «координируемая область регулирования» (с позиции директивы Европейского союза)?**

- А) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться сервис-провайдером;
- Б) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться интернет-магазином;
- В) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться интернет-банкигом;
- Г) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться электронной биржей.

**9. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «услуги информационного общества» (с позиции директивы Европейского союза)?**

- А) любые услуги, предоставляемые дистанционно, за вознаграждение, по индивидуальному запросу получателя услуг;
- Б) любые услуги, предоставляемые за вознаграждение, по индивидуальному запросу получателя услуг, с использованием электронных средств обработки и хранения данных;
- В) любые услуги, предоставляемые дистанционно, за вознаграждение с использованием электронных средств обработки и хранения данных;
- Г) любые услуги, предоставляемые дистанционно, за вознаграждение, по индивидуальному запросу получателя услуг, с использованием электронных средств обработки и хранения данных.

**10. Что из перечисленного НЕ относится к принципам использования электронной цифровой подписи?**

- А) возможность использования участниками электронного взаимодействия по своему усмотрению любых технических средств и информационной технологии, позволяющих использовать конкретных видов электронных подписей;
- Б) право участников электронного взаимодействия использовать электронную подпись любого вида, если требование об использовании конкретного вида электронной подписи в соответствии с соглашением между участниками электронного взаимодействия либо принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами;
- В) недопустимость признания электронной подписи и подписанного ею электронного документа не имеющими юридической силы только на основании того, что такая электронная подпись создана не собственноручно, а с использованием средств электронной подписи для автоматического создания и автоматической проверки электронных подписей в информационной системе;
- Г) нет верного ответа.

**11. Что из перечисленного соответствует требованиям Директивы Европейского Союза при разрешении споров в области электронной коммерции?**

- А) не должно быть помех к использованию внесудебных процедур для разрешения споров между получателем услуг и провайдером;
- Б) все ответы верны;
- В) органы внесудебного урегулирования должны обеспечивать процессуальные гарантии для сторон-участников;
- Г) нет верного ответа.

## **Практическое занятие №6** **Электронный документооборот**

### **Тестовые вопросы по теме №6**

- 1. Что из перечисленного из перечисленного обеспечивают системы электронного управления документом (ЭУД)?**

  - А) процесс создания больших объемов документов в компьютерных сетях;
  - Б) процесс управления доступом больших объемов документов в компьютерных сетях;
  - В) все ответы верны;
  - Г) процесс распространения больших объемов документов в компьютерных сетях.
  
- 2. Какие типы файлов поддерживают системы электронного управления документом (ЭУД)?**

  - А) текстовые документы;
  - Б) все ответы верны;
  - В) электронные таблицы;
  - Г) аудио-, видео-данные.
  
- 3. Что из перечисленного НЕ относится к системам электронного управления документом (ЭУД)?**

  - А) системы управления качеством;
  - Б) системы ЭУД, ориентированные на бизнес-процессы;
  - В) корпоративные системы ЭУД;
  - Г) системы управления информацией.
  
- 4. Что из перечисленного соответствует характеристике систем электронного управления документом (ЭУД) ориентированные на бизнес-процессы?**

  - А) предназначены для специфических вертикальных и горизонтальных приложений, иногда ориентированных на использование в определенной индустрии;
  - Б) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную всем пользователям в организации;
  - В) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции;
  - Г) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет.
  
- 5. Что из перечисленного соответствует характеристике корпоративных систем электронного управления документом (ЭУД)?**

  - А) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации;
  - Б) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации;
  - В) обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов;

Г) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет.

**6. Что из перечисленного соответствует характеристике систем управления контентом (ЭУД)?**

А) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет;

Б) обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов;

В) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации;

Г) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции.

**7. Что из перечисленного соответствует характеристике систем управления информацией (ЭУД)?**

А) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet.

Б) преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат;

В) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции;

Г) обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов.

**8. Что из перечисленного соответствует характеристике систем управления образами (ЭУД)?**

А) преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат;

Б) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet.;

В) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации;

Г) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации.

**9. Что из перечисленного соответствует характеристике системы электронного документооборота с развитыми средствами хранения и поиска информации (электронные архивы – ЭА) (ЭУД)?**

А) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации;

Б) преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат;

В) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet.;

Г) системы документооборота, ориентированный на эффективное хранение и поиск информации.

**10. Что из перечисленного соответствует определению понятия «электронный документооборот»?**

А) комплекс мероприятий по организации документооборота предприятия или организации;

Б) документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата;

В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;

Г) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «бесбумажного делопроизводства».

**11. Что из перечисленного соответствует определению понятия «электронный документ»?**

А) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «бесбумажного делопроизводства»;

Б) документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата;

В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;

Г) нет верного ответа.

**12. Что из перечисленного соответствует определению понятия «документооборот»?**

А) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «бесбумажного делопроизводства»;

Б) документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата;

В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;

Г) нет верного ответа.

**13. Что из перечисленного соответствует определению понятия «делопроизводство»?**

А) комплекс мероприятий по организации документооборота предприятия или организации;

Б) нет верного ответа;

В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;

Г) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «бесбумажного делопроизводства».

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

1. Составьте и оформите сопроводительное письмо о направлении договора № \_\_\_\_ от 00.00.0000.
2. Составьте письмо-запрос на имя конкретной фирмы на приобретение необходимого числа компьютеров по известной цене. Затем подтвердите получение, выскажите претензии. После решения вопроса поблагодарите руководителя фирмы-поставщика компьютеров.
3. Создайте информационное письмо, содержащее рисунок в виде схемы и маркированный список
4. Создайте многостраничный текстовый документ

## Практическое занятие №7 Интернет-маркетинг и его инструменты

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Продумать карту будущего Интернет-проекта, включая основные и вспомогательные разделы. Создайте концепцию графического дизайна сайта в виде схемы расположения зон на экране (меню, информация и т.д.). Разработать концепцию базы данных Интернет-проекта, выделив основные сущности, которые будут в ней содержаться (при выделении сущностей необходимо учитывать как бизнес объекты, так и вспомогательные сущности).

#### Методические рекомендации по выполнению работы

1. Ознакомьтесь с содержанием деятельности будущей Интернет-компании в соответствии с вариантом из таблицы 1.

Таблица 1 – Виды деятельности Интернет-компании

Вариант	Вид деятельности Интернет-компании
1	Ресторанный гид. Сайт, который содержит информацию о местных ресторанах, их меню, сервисе и прочем
2	Сайт о недвижимости
3	Туристический консультант
4	Продажа hand-made товаров
5	Имидж-консультант
6	Рекламное агентство онлайн
7	Организация и проведение свадеб
8	<i>Ритуальные услуги</i>
9	Организация и проведение вечеринок и мероприятий
10	Арт-галерея. Продажа работ и товаров для рисования

11	Обмен услугами, бартер
12	Продажа подарков
13	Книжный магазин
14	Компания, занимающаяся продажей химических средств для дома
15	Компания, занимающаяся продажей строительных материалов

2. Определите цели разработки интернет-проекта, направленные на достижение эффекта:

- прямого;
- косвенного.

3. Определите функции интернет-проекта, которые он должен будет выполнять.

4. Средствами MS Office построить карту сайта.

5. Средствами программных приложений (по самостоятельному выбору) создайте прототип графического дизайна будущего интернет-проекта и экспортируйте.

6. Определите виды для базы данных будущего интернет-проекта.

Контент - это любая информация, которая генерируется каким-либо лицом (человек, компанией или группой лиц) для наполнения страниц (социальных сетей, блогов, сайтов и др.).

Контентом может быть:

1. Графические материалы - фотографии, баннеры, инфографики и др.;
2. Видеоматериалы - рекламные ролики, развлекательные ролики, описательные ролики, обзоры и др.;
3. Текстовые материалы - статьи, посты на сайтах, в социальных сетях и блогах;
4. Аудиоматериалы - подкасты, рекламные ролики и др.

## **Практическое занятие №8**

### **Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса**

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 8.1**

1. В соответствии с профилем деятельности Интернет-компании, выбранной в предыдущем практическом задании № 7, опишите возможные способы продвижения товаров (услуг) в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании.

2. Определите 2-3 площадки, где можно разместить рекламу вашей деятельности. Определите ценовую политику данных площадок.

3. Определите 1-2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для вашего Интернет-проекта и их стоимостные характеристики.

4. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы сайта (например, разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах, оптимизация содержания сайта и др.)

5. Составьте медиа-план на 1 месяц, включающий интернет-рекламу и традиционные способы рекламы из 4-5 позиций.

### Методические рекомендации по выполнению работы

1. Выберите способы Интернет-рекламы, применимые для описанной деятельности.
2. Выполните обзор возможных Интернет-сайтов для размещения рекламы.
3. Составьте медиа-план. Результаты занесите в таблицу 1.

Таблица 1 – Медиа-план

Рекламо носитель	Обоснование выбора рекламоносителя	Форма рекламы	Размер	Место размещения	Охват (тираж или аудитория)	Частота охвата (количество и дни выхода в неделю)	Стоимость одного выхода, руб.	Сумма за все расходы (руб.)
1								
2								
3								
.....								
ИТОГО								

**(Рекламоноситель — это рекламный инструмент, посредством которого происходит коммуникация рекламодателя с конечными потребителями. Простыми словами, рекламоноситель – это любой предмет материального мира, на поверхность которого можно поместить информацию о рекламируемом объекте)**

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 8.2

**Вариант 1** для студентов с нечетным порядковым номером в списке группы.

**Вариант 2** для студентов с четным порядковым номером в списке группы.

#### **Вариант 1 Работа с электронными биржами**

**Цель работы:** Научиться находить электронную биржу, ознакомиться с правилами работы на ней, требуется ли регистрация, какими товарами биржа торгует.

### **Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы
3. После загрузки сайта в окне Поиск введите Электронная коммерция.
4. После загрузки сайта Электронная коммерция в окне Поиск введите В2В&Биржи.  
После загрузки Веб -страницы из появившегося списка выберите одну из бирж. Для этого можно использовать **Поиск в найденном**, указав в окне **Поиск** конкретный товар. Например, Белорусская универсальную товарную биржу, биржу, торгующую зерном, металлом, лекарствами.
5. Оформлением отчета. Заглавием подтемы: «Работа с электронными биржами».

### **Вариант 2 Работа с электронными аукционами**

**Цель работы:** Научиться находить электронный аукцион, работающий по модели В2В, ознакомиться с правилами работы, требуется ли регистрация, какими товарами аукцион торгует.

### **Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы.
3. После загрузки сайта в окне Поиск введите Электронная коммерция.
4. После загрузки сайта Электронная коммерция в окне Поиск введите В2В&Аукционы.  
После загрузки Веб-страницы из появившегося списка выберите один из аукционов. Например, zakupki.butb.by.
5. Оформлением отчета. Заглавием подтемы: «Работа с электронными аукционами».

#### **Форма отчета по работе**

Определение «Электронной биржи» или «Электронного аукциона» (в соответствии с заданием)

<b>Элемент</b>	<b>Описание</b>
1. Адрес поисковой системы	
2. Электронный адрес (биржи/аукциона)	
3. История развития	
4. Вид деятельности	
5. Каталог товаров или услуг	



6. Пошаговая инструкция для работы	
7. Правовая информация	
8. Контакты	
9. Участники (страны, компании)	
10. Режим работы	

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 8.3

**Вариант 1** для студентов с нечетным порядковым номером в списке группы.

**Вариант 2** для студентов с четным порядковым номером в списке группы.

#### **Вариант 1 Работа с электронными ресурсами**

- государственных органов управления структуры: горисполком, государственная налоговая инспекция.
- образовательные учреждения: школа, вуз.
- культурные сообщества: музей, библиотека.

**Цель работы:** Научиться находить электронный ресурс (сайт), презентаций сайта, требуется ли регистрация, какие услуги предлагает исследуемый субъект электронного бизнеса.

#### **Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
  2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы
  4. После загрузки сайта в окне Поиск введите Электронная коммерция.
  4. После загрузки сайта Электронная коммерция в окне Поиск введите исследуемый субъект электронного бизнеса.
- После загрузки Веб -страницы из появившегося списка выберите один из объектов.
5. Оформлением отчета. Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....».

#### **Вариант 2 Работа с электронными ресурсами**

- государственных органов управления структуры: облисполком, страховая компания (белгосстрах).
- здравоохранительный сектор: поликлиники, больницы.
- научные сообщества: академия наук, научно-исследовательский институт.

**Цель работы:** Научиться находить электронный ресурс (сайт), презентаций сайта, требуется ли регистрация, какие услуги предлагает исследуемый субъект электронного бизнеса.

**Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы
5. После загрузки сайта в окне Поиск введите Электронная коммерция.
4. После загрузки сайта Электронная коммерция в окне Поиск введите исследуемый субъект электронного бизнеса.  
После загрузки Веб -страницы из появившегося списка выберите один из объектов.
5. Оформлением отчета. Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....».

Форма отчета по работе

Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....»

Элемент	Описание
1. Адрес поисковой системы	
2. Электронный адрес субъект электронного бизнеса	
3. Структура сайта	
4. История создания и развития	
5. Виды деятельности	
6. Перечень услуг для субъектов электронного бизнеса	
7. Проводимые мероприятия	
8. Условия взаимодействия с субъектами электронного бизнеса	
9. Правовая информация	
10. Новостная информация	
11. Контакты	

## **Практическое занятие №9 Системы электронных платежей**

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 9.1**

**Вариант 1** для студентов с нечетным порядковым номером в списке группы.

**Вариант 2** для студентов с четным порядковым номером в списке группы.

#### **Вариант 1 Работа в системе электронных платежей**

- АИС «Расчета».
- Яндекс.Деньги.

**Цель работы:** Научиться находить электронный ресурс (сайт), презентаций системы, требуется ли регистрация, какие услуги предлагает исследуемый субъект электронного бизнеса.

#### **Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы.
6. После загрузки сайта в окне Поиск введите название исследуемой исследуемый субъект электронного бизнеса (системы электронных платежей) .
4. Оформлением отчета. Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....».

#### **Вариант 2 Работа с электронными ресурсами**

- Qiwi (киви).
- WebMoney.

**Цель работы:** Научиться находить электронный ресурс (сайт), презентаций системы, требуется ли регистрация, какие услуги предлагает исследуемый субъект электронного бизнеса.

#### **Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы.
3. После загрузки сайта в окне Поиск введите название исследуемой исследуемый субъект электронного бизнеса (системы электронных платежей) .
4. Оформлением отчета. Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....».

## Форма отчета по работе

Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....»

Элемент	Описание
1. Адрес поисковой системы	
2. Электронный адрес субъект электронного бизнеса (платежной системы)	
3. Структура сайта платежной системы	
4. Компания владелец	
5. История создания	
6. Пользователи	
7. Возможности для клиентов (совершаемые операции)	
8. Условия пользования системой (подключение, регистрация)	
9. Статистика работы	
10. Правовая информация системы	
11. Новостная информация системы	
12. Преимущества платежной системы	
13. Недостатки платежной системы	

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 9.2

**Вариант 1** для студентов с нечетным порядковым номером в списке группы.

**Вариант 2** для студентов с четным порядковым номером в списке группы.

#### **Вариант 1 Работа в системе платежных агрегаторов**

- bePaid.
- EasyPay.
- ArtPay

**Цель работы:** Научиться находить электронный ресурс (сайт), презентаций платёжного агрегатора, технологические решения, гарантии безопасности, какие услуги предлагает исследуемый субъект электронного бизнеса.

**Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы.
7. После загрузки сайта в окне Поиск введите название исследуемой исследуемый субъект электронного бизнеса (платёжного агрегатора) .
4. Оформлением отчета. Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....».

**Вариант 2 Работа в системе платежных агрегаторов**

- WEBPAY.
- Assist.
- ArtPay.

**Цель работы:** Научиться находить электронный ресурс (сайт), презентаций платёжного агрегатора, технологические решения, гарантии безопасности, какие услуги предлагает исследуемый субъект электронного бизнеса..

**Выполнение:**

1. Запустите программу IE.
2. В адресной строке после слова Адрес введите название поисковой системы.
3. После загрузки сайта в окне Поиск введите название исследуемой исследуемый субъект электронного бизнеса (платёжного агрегатора) .
4. Оформлением отчета. Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....».

**Форма отчета по работе**

Заглавие электронного ресурса: «Работа с .....»

Элемент	Описание
1. Адрес поисковой системы	
2. Электронный адрес субъект электронного бизнеса (платежного агрегатора)	
3. Структура сайта платёжного агрегатора	

4. История развития	
4. Клиенты и партнеры	
6. Технологические решения (сервисы и условия их использования)	
7. Условия пользования агрегатором (подключение, регистрация)	
8. Технология оплаты через агрегатора в РБ	
9. Гарантии безопасности	
10. Новостная информация платежного агрегатора	
11. Преимущества платежного агрегатора	
12. Недостатки платежного агрегатора	

**Практическое занятие №10**  
**Эффективность электронного бизнеса**

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

**Вариант 1** для студентов с нечетным порядковым номером в списке группы расчет выполняется по номерам Web-сервера с 1 по 5.

**Вариант 2** для студентов с четным порядковым номером в списке группы расчет выполняется по номерам Web-сервера с 6 по 10.

Рассчитать эффективность функционирования, используя данные таблицы 1 и выбрать оптимальный вариант функционирования Web-сервера. Результаты расчета оформит в виде таблицы. Сделать вывод.

Таблица 1 – **Виды товарных групп для анализа электронных магазинов**

Показатели	Единицы измерения	Номер Web-сервера				
		1	2	3	4	5
1.Посетители, попавшие на сервер за полгода благодаря использованию баннера на другом сервере	% от п. 4	10	30	25	12	20
2. Посетители, попавшие на сервер за полгода благодаря использованию	чел.	15	80	95	55	100

гиперссылок на поисковом сервере						
3. Посетители, попавшие на сервер за полгода по прямому адресу сервера	% от п. 4	3	15	40	7	30
4. Общее количество посетителей сервера за полгода	чел.	800	900	1500	1000	2500
5. Посетили визитную страницу сервера за полгода	раз	300	400	800	200	2000
	чел.	300	200	320	350	1500
6. Посетили страницу-каталог за полгода	раз	200	600	400	400	600
	чел.	100	300	250	500	400
7. Посетили страницу с информацией о дополнительных услугах за полгода	раз	250	300	600	500	700
	чел.	200	250	450	200	500
8. Посетители, "кликнули" баннер: на визитной странице на странице-каталоге на информационной странице	чел.	50	100	300	150	800
	чел.	2	120	200	200	500
	чел.	70	50	150	100	300
9. Посетители, купившие товар в электронном магазине за полгода	чел.	55	140	500	300	1800
10. Общее количество посещений сервера за полгода	раз	1600	2500	6000	3000	2100
<b>Показатели</b>	<b>Единицы измерения</b>	<b>Номер Web-сервера</b>				
		<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
1.Посетители, попавшие на сервер за полгода благодаря использованию баннера на другом сервере	% от п. 4	8	35	28	15	21
2. Посетители, попавшие на сервер за полгода благодаря использованию гиперссылок на поисковом сервере	чел.	10	80	100	45	95
3. Посетители, попавшие на сервер за полгода по прямому адресу сервера	% от п. 4	15	25	30	9	22
4. Общее количество посетителей сервера за полгода	чел.	900	950	1510	950	2100
5. Посетили визитную страницу сервера за полгода	раз	300	430	800	250	2000
	чел.	200	400	320	300	1300
6. Посетили страницу-каталог за полгода	раз	210	500	440	380	570
	чел.	140	450	220	525	440
7. Посетили страницу с информацией о дополнительных услугах за полгода	раз	200	300	500	600	710
	чел.	200	280	480	300	490
8. Посетители, "кликнули" баннер: на визитной странице на странице-каталоге на информационной странице	чел.	80	120	600	200	800
	чел.	12	120	200	200	400
	чел.	65	70	400	250	400
9. Посетители, купившие товар в электронном магазине за полгода	чел.	45	147	700	360	1700
10. Общее количество посещений сервера за полгода	раз	1450	2550	6300	2010	2100
<b>Показатели</b>	<b>Единицы измерения</b>	<b>Номер Web-сервера</b>				
		<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
1.Посетители, попавшие на сервер за полгода благодаря использованию баннера на другом сервере	% от п. 4	20	30	33	14	25
2. Посетители, попавшие на сервер за	чел.	90	100	80	45	90

полгода благодаря использованию гиперссылок на поисковом сервере						
3. Посетители, попавшие на сервер за полгода по прямому адресу сервера	% от п. 4	15	30	25	9	40
4. Общее количество посетителей сервера за полгода	чел.	850	2400	950	940	1600
5. Посетили визитную страницу сервера за полгода	раз	400	2000	430	250	800
	чел.	200	1500	400	300	320
6. Посетили страницу-каталог за полгода	раз	600	600	500	380	400
	чел.	300	400	450	520	250
7. Посетили страницу с информацией о дополнительных услугах за полгода	раз	300	700	300	600	600
	чел.	250	500	290	300	450
8. Посетители, "кликнули" баннер: на визитной странице на странице-каталоге на информационной странице	чел.	100	800	120	200	300
	чел.	120	500	120	200	200
	чел.	50	300	70	260	150
9. Посетители, купившие товар в электронном магазине за полгода	чел.	130	1800	145	360	500
10. Общее количество посещений сервера за полгода	раз	2500	2000	2450	2010	6100

## Практическое занятие №11 Безопасность электронного бизнеса

### Тестовые вопросы по теме 11

1. **Что из перечисленного НЕ соответствует общим принципам обеспечения безопасности электронной коммерции?**
  - А) принцип неопределенности;
  - Б) принцип минимального риска;
  - В) принцип максимального риска;
  - Г) принцип невозможности создания идеальной системы защиты.
  
2. **Что из перечисленного НЕ соответствует организационным принципам обеспечения безопасности электронной коммерции?**
  - А) принцип законности;
  - Б) принцип персональной безответственности;
  - В) принцип разграничения полномочий;
  - Г) принцип взаимодействия и сотрудничества.
  
3. **Что из перечисленного НЕ соответствует организационным принципам реализации системы защиты электронной коммерции?**
  - А) принцип незащищенности средств защиты;
  - Б) принцип комплексности и индивидуальности;
  - В) принцип последовательности рубежей;
  - Г) принцип защиты средств защиты.
  
4. **Что из перечисленного НЕ соответствует возможностям комплексной системы управления информационной безопасностью в рамках соблюдения требований международного стандарта ISO 27001?**
  - А) повысить риски;



- Б) оптимизировать расходы на информационную безопасность;
- В) снизить операционные затраты на информационную безопасность;
- Г) обеспечить уровень информационной безопасности требованиям и целям бизнеса.

**5. Что из перечисленного НЕ соответствует прямым убыткам из-за нарушения информационной безопасности?**

- А) могут быть выражены в стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации ;
- Б) могут быть выражены в стоимости незаконных операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
- В) могут быть выражены в стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьим лицам;
- Г) могут быть выражены в текущих расходах на выплату заработной платы, процентов по кредитам, арендной платы, амортизации и потерянной прибыли, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности предприятия из-за нарушения безопасности предприятия;

**6. Что из перечисленного соответствует косвенным убыткам из-за нарушения информационной безопасности?**

- А) могут быть выражены в стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации ;
- Б) могут быть выражены в стоимости незаконных операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
- В) могут быть выражены в стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьим лицам;
- Г) могут быть выражены в текущих расходах на выплату заработной платы, процентов по кредитам, арендной платы, амортизации и потерянной прибыли, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности предприятия из-за нарушения безопасности предприятия;

**7. Что из перечисленного НЕ соответствует требованиям функционирования электронной системы оплаты?**

- А) приемлемость;
- Б) анонимность;
- В) неэффективность;
- Г) конвертируемость;

### **3.2. Темы контрольных работ. Материал для индивидуальной практической работы**

#### **Темы контрольных работ:**

- Информационные компьютерные технологии и их роль в информационном обществе
- Электронный бизнес и его место в современной экономике
- Составляющие электронной коммерции
- Электронные финансовые структуры рынка
- Правовые аспекты электронного бизнеса
- Электронный документооборот
- Интернет-маркетинг и его инструменты
- Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса
- Системы электронных платежей
- Эффективность электронного бизнеса
- Безопасность электронного бизнеса

#### **Материал для индивидуальной практической работы**

##### **Тестовые вопросы по теме №1**

##### **Информационные компьютерные технологии и их роль в информационном обществе**

- 1. Что из перечисленного относится к составляющим элементам информационных технологий ?**
  - А) все перечисленное;
  - Б) компьютеры;
  - В) программное обеспечение;
  - Г) телекоммуникационное оборудование
  
- 2. Что из перечисленного НЕ соответствует характерным чертам информационного общества?**
  - А) главной формой развития является информационная экономика;
  - Б) обеспечен приоритет информации по сравнению с другими ресурсами;
  - В) информационные технологии охватывают не все сферы социальной деятельности человека;
  - Г) обеспечено информацией единство всей человеческой цивилизации.
  
- 3. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «информационные ресурсы» ?**
  - А) отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах;
  - Б) отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах;
  - В) отдельные документы в информационных системах;
  - Г) документы и массивы документов в информационных системах.

**4. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «информационные технологии» ?**

- А) совокупность процессов, методов поиска, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов;
- Б) совокупность процессов, методов хранения, обработки, предоставления, распространения информации;
- В) совокупность методов поиска, хранения, обработки, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов;
- Г) совокупность процессов, методов поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способов осуществления таких процессов и методов.

**4. Что из перечисленного относится к опасным тенденциям информатизации?**

- А) усложнение проблемы отбора качественной и достоверной информации;
- Б) средства массовой информации не влияют на общество;
- В) отсутствует проблема адаптации людей к среде информационного общества;
- Г) нет верного ответа.

**5. Что из перечисленного не относится к заповедям Кодекса компьютерной этики:**

- А) не использовать компьютер с целью повредить другим людям;
- Б) использовать компьютер для воровства;
- В) не присваивать чужую интеллектуальную собственность;
- Г) не использовать компьютер для распространения ложной информации.

**6. Что из перечисленного НЕ соответствует направлениям, по которым информационные технологии оказывают влияние на развитие информационного общества ?**

- А) информационные технологии позволяют оптимизировать и автоматизировать информационные процессы, которые являются объектами труда для людей, занятых в сфере информационных услуг;
- Б) информационные технологии входят в состав большинства производственных или социальных технологий;
- В) информационные технологии играют ключевую роль в процессах получения и накопления знаний;
- Г) информационные технологии не эффективно создают информационные ресурсы общества.

**7. Что из перечисленного НЕ относится к обязательствам юридических и физических лиц, действующих в области информатизации и телекоммуникации?**

- А) не извлекать прибыль от использования товарного знака, принадлежащего другой фирме или продукции;
- Б) нарушать признанные нормы авторского права;
- В) не нарушать тайны передачи сообщений, не практиковать вскрытие информационных систем и сетей передачи данных;
- Г) не производить, не копировать и не использовать программные и технические средства не приобретенные на законных основаниях.

**8. Что из перечисленного относится составляющим элементом информационной индустрии?**

- А) природные ресурсы;
- Б) телекоммуникации;
- В) нет верного ответа;
- Г) только трудовые ресурсы.

## **Тестовые вопросы по теме №2**

### **Электронный бизнес и его место в современной экономике**

#### **11. Что из перечисленного НЕ относится к видам электронного бизнеса ?**

- А) электронный аукцион;
- Б) электронное казино;
- В) электронные медицинские услуги;
- Г) электронные банки.

#### **12. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес на интернете»?**

- А) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- Б) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- В) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Г) все ответы верны.

#### **13. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес вокруг интернета»?**

- А) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- Б) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- В) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Г) электронные банки.

#### **14. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес в интернете»?**

- А) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Б) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- В) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- Г) нет верного ответа.

#### **12. Что из перечисленного соответствует полному определению категории «электронная коммерция»?**

- А) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей систем;
- Б) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей телекоммуникационных технологий сетей;
- В) ограниченные формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей;

Г) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей.

**13. Что из перечисленного не относится к объектам электронной коммерции?**

- А) работа;
- Б) услуга;
- В) товар;
- Г) человек.

**14. Что из перечисленного НЕ относится к субъектам электронной коммерции ?**

- А) товар;
- Б) физические лица;
- В) органы власти;
- Г) финансовые институты.

**15. Что из перечисленного НЕ относится к экономическим выгодам получаемым участниками электронной коммерции ?**

- А) увеличение затрат на проведение рекламы;
- Б) сокращение операционных издержек;
- В) высокая «скорость» проведения маркетингового исследования ниш рыночных сегментов;
- Г) снижение затрат на обмен информацией.

**16. Что из перечисленного НЕ относится к экономическим выгодам, получаемым покупателями электронной коммерции?**

- А) уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи;
- Б) сокращение пути поставки товара покупателю;
- В) упрощение процедуры поиска товаров;
- Г) увеличение затрат времени на посещение магазинов.

**17. Что из перечисленного относится к первой фазе развития электронной коммерции?**

- А) коммуникации;
- Б) односторонний маркетинг;
- В) трансформацией бизнес-процессов;
- Г) возникновение системы Всемирной паутины.

**18. Что из перечисленного относится к второй фазе развития электронной коммерции?**

- А) коммуникации;
- Б) односторонний маркетинг;
- В) трансформацией бизнес-процессов;
- Г) возникновение системы Всемирной паутины.

**19. Что из перечисленного относится к третьей фазе развития электронной коммерции?**

- А) коммуникации;
- Б) односторонний маркетинг;
- В) трансформацией бизнес-процессов;
- Г) возникновение системы Всемирной паутины.

**20. Что из перечисленного НЕ соответствует целям электронной коммерции?**

- А) сокращение издержек;
- Б) снижение качества обслуживания;
- В) ускорение выполнения запросов клиентов;
- Г) сокращение времени производственного цикла.

### **Тестовые вопросы по теме №3 Составляющие электронную коммерцию**

**15. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «электронный магазин»?**

- А) это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) и покупателей, которые могут общаться через электронные средства связи при полном (или минимальном) отсутствии личного прямого контакта;
- Б) это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) и покупателей, которые могут общаться и обмениваться информацией;
- В) это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) и покупателей, которые могут общаться и обмениваться информацией через электронные средства связи при полном (или минимальном) отсутствии личного прямого контакта;
- Г) это сообщество территориально разобщенных сотрудников магазина (продавцов, кассиров) которые могут общаться и обмениваться информацией через электронные средства связи при полном (или минимальном) отсутствии личного прямого контакта.

**16. Что из перечисленного относится к недостаткам электронного магазина?**

- А) круглосуточный доступ к магазину;
- Б) невозможность контакта с товаром;
- В) возможность доступа к магазину в любом месте;
- Г) экономия времен на покупку товара.

**17. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «платежная система»?**

- А) процедура технической инфраструктуры и правил, которые обеспечивают перевод денег от одного субъекта к другому субъекту экономики.;
- Б) процедура технической инфраструктуры, которая обеспечивает перевод денег от одного субъекта к другому субъекту экономики;
- В) процедура правил, которые обеспечивают перевод денег от одного субъекта к другому субъекту экономики;
- Г) правила, которые обеспечивают перевод денег от одного субъекта к другому субъекту экономики.

**18. Что из перечисленного НЕ относится к группам платежных систем?**

- А) схемы с использованием бумажных чеков;
- Б) кредитные схемы;
- В) дебетовые схемы;
- Г) схемы с использованием «электронных денег».

- 21. Что из перечисленного соответствует характеристике работы кредитной схемы?**
- А) основана на использовании наличных;
  - Б) работает с обычными кредитными (пластиковыми) картами;
  - В) представляет собой категорию электронных платежных систем, транслирующих преимущества реальных наличных денег в интернет-мир;
  - Г) основана на использовании цифровых эквивалентов чеков.
- 22. Что из перечисленного соответствует характеристике работы дебетовой схемы?**
- А) представляет собой категорию электронных платежных систем, транслирующих преимущества реальных наличных денег в интернет-мир;
  - Б) работает с обычными кредитными (пластиковыми) картами
  - В) работает на основе наличных денег;
  - Г) основана на использовании цифровых эквивалентов чеков и наличных.
- 23. Что из перечисленного соответствует характеристике работы схемы с использованием «электронных денег»?**
- А) представляет собой категорию электронных платежных систем, транслирующих преимущества реальных наличных денег в интернет-мир;
  - Б) работает на основе наличных денег;
  - В) основана на использовании цифровых эквивалентов чеков и наличных;
  - Г) работает с обычными кредитными (пластиковыми) картами.
- 24. Какие операции совершаются в рамках реализации электронного платежа между «покупателем» и «интернет-магазином» ?**
- А) доставка товара;
  - Б) авторизация;
  - В) перевод денег;
  - Г) ввод данных карты
- 25. Какие операции совершаются в рамках реализации электронного платежа между «банком-эмитентом» и «банком- эквайером»?**
- А) запрос на оплату товара;
  - Б) ввод данных карты;
  - В) доставка товаров;
  - Г) перевод средств.
- 26. Какие операции совершаются в рамках реализации электронного платежа между «интернет-магазином» и «банком- эквайером»?**
- А) запрос на оплату товара;
  - Б) ввод данных карты;
  - В) доставка товаров;
  - Г) перевод средств
- 27. Какие операции совершаются в рамках реализации электронного платежа между «покупателем» и «электронной платежной системой»?**
- А) запрос на оплату товара;
  - Б) ввод данных карты;
  - В) доставка товаров;
  - Г) перевод средств.

- 28. Какие операции совершаются в рамках реализации электронного платежа между «электронной платежной системой» и «банком- эквайером»?**
- А) запрос на оплату товара;
  - Б) авторизация;
  - В) доставка товаров;
  - Г) перевод средств.
- 29. Что из перечисленного соответствует модели B2B = Business-to-Business («компания – компания»)?**
- А) деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя;
  - Б) две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета;
  - В) вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет;
  - Г) взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж.
- 30. Что из перечисленного соответствует модели B2C = Business-to-Consumer («компания – потребитель»)?**
- А) деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя;
  - Б) две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета;
  - В) вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет;
  - Г) взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж.
- 31. Что из перечисленного соответствует модели B2G = Business-to-Government («компания – государство»)?**
- А) деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя;
  - Б) две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета;
  - В) вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет;
  - Г) взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж.
- 32. Что из перечисленного соответствует модели E2E = Exchange-to-Exchange («биржа – биржа»)?**
- А) деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя;
  - Б) две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета;
  - В) вид деятельности, в котором в качестве продавца либо покупателя выступает государство, транзакции осуществляются с помощью сети Интернет;
  - Г) взаимодействие потребителей посредством интернет-бирж.

#### **Тестовые вопросы по теме №4 Электронные финансовые структуры рынка**

- 33. Что из перечисленного НЕ относится к электронным финансовым структурам рынка?**
- А) интернет-страхование;
  - Б) интернет-трейдинг;
  - В) интернет-магазин;
  - Г) интернет-банкинг.
- 34. Что из перечисленного НЕ относится к услугам интернет-банкинга?**
- А) внутренние переводы банка;
  - Б) доставка товара;



- В) оплату услуг;
- Г) переводы на счета в других банках.

**35. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «интернет-банкинг»?**

- А) технологии дистанционного банковского обслуживания, которое обеспечивает доступ к счетам.
- Б) технологии дистанционного банковского обслуживания, которое обеспечивает доступ к счетам и операциям со счетами, предоставляемый в любое время и с любого компьютера, подключенного к сети Интернет;
- В) технологии банковского обслуживания, которое обеспечивает доступ к счетам и операциям со счетами, предоставляемый с любого компьютера, подключенного к сети Интернет;
- Г) технологии дистанционного банковского обслуживания, которое обеспечивает доступ к счетам и операциям со счетами, предоставляемый в любое время.

**36. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «интернет-трейдинг»?**

- А) способ доступа к торгам на валютной, фондовой или товарной бирже с использованием Интернета;
- Б) способ доступа к торгам на валютной бирже с использованием Интернета;
- В) способ доступа к торгам на фондовой бирже с использованием Интернета;
- Г) способ доступа к торгам на товарной бирже с использованием Интернета.

**37. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «интернет-страхование»?**

- А) взаимодействия между страховыми компаниями, возникающие в сети Интернет;
- Б) взаимодействия между страховой компанией и клиентом, возникающие при продаже страхового продукта и его обслуживании и выполняемые в сети Интернет;
- В) взаимодействия между клиентами страховых компаний в сети Интернет;
- Г) взаимодействия между страховой компанией и клиентом, возникающие при его обслуживании и выполняемые в сети Интернет.

**38. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «сетевой маркетинг»?**

- А) система продажи товаров и услуг с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам и получают процент с продаж новых дистрибьюторов;
  - Б) система продажи товаров с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам, а также набирают (рекрутируют) новых дистрибьюторов и получают процент с продаж новых дистрибьюторов
  - В) система продажи услуг с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам, а также набирают (рекрутируют) новых дистрибьюторов;
  - Г) система продажи товаров и услуг с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам, а также набирают (рекрутируют) новых дистрибьюторов и получают процент с продаж новых дистрибьюторов
- система продажи товаров и услуг с привлечением независимых дистрибьюторов, которые продают товар клиентам, а также набирают

(рекрутируют) новых дистрибьюторов и получают процент с продаж новых дистрибьюторов.

**39. Что из перечисленного НЕ относится к выгоде для организаторов виртуального банка?**

- А) появление необходимости иметь большой штат сотрудников;
- Б) экономия на аренде офиса;
- В) отсутствие необходимости иметь обслуживающий персонал для уборки помещений;
- Г) отсутствие необходимости держать большой штат сотрудников и оплачивать их труд.

**40. Что из перечисленного НЕ является компонентом «электронной биржевой системы» ?**

- А) интернет-банкинг;
- Б) рабочая станция члена биржи – участника торговли (трейдера) ;
- В) центральная биржевая система;
- Г) линия связи – средство для осуществления диалога между брокером и центральной биржей.

**41. Что из перечисленного НЕ относится к преимуществам электронной биржи?**

- А) возможности проведения торговых операций в любое время суток;
- Б) низкие операционные издержки;
- В) конфиденциальность;
- Г) высокие операционные издержки.

**42. Что из перечисленного относится к недостаткам электронной биржи?**

- А) для некоторых часов суток очень низкая активность электронного рынка;
- Б) для некоторых часов суток очень низкая ликвидность электронного рынка;
- В) электронные системы не дают преимуществ трейдерам;
- Г) всё перечисленное.

## **Тестовые вопросы по теме №5 Правовые аспекты электронного бизнеса**

**43. Что из перечисленного является сферой действия Закона РБ «Об информатизации» (выберите полный ответ)?**

- А) правоотношения, возникающие в процессе использования документированной информации;
- Б) правоотношения, возникающие в процессе формирования и использования документированной информации;
- В) правоотношения, возникающие в процессе формирования и использования документированной информации, создания информационных технологий, автоматизированных или автоматических информационных систем и сетей;
- Г) правоотношения, возникающие в процессе создания информационных технологий, автоматизированных или автоматических информационных систем и сетей.

**44. Что из перечисленного является сферой действия Закона РБ «Об электронном документе» (выберите полный ответ)?**

А) устанавливает правовые основы применения электронных документов, а также права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов;

Б) устанавливает правовые основы применения электронных документов, определяет основные требования, предъявляемые к электронным документам, а также права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов;

В) определяет основные требования, предъявляемые к электронным документам, а также права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов;

Г) устанавливает права, обязанности и ответственность участников правоотношений, возникающих в сфере обращения электронных документов.

**45. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «электронный документ» (с позиции Закона РБ РБ «Об электронном документе»)?**

А) любая информация, зафиксированная на машинном носителе, представленная в форме, понятной для восприятия человека. Электронный документ в обязательном порядке должен содержать электронную подпись и иные реквизиты, позволяющие его идентифицировать;

Б) любая информация, зафиксированная на машинном носителе, представленная в форме, понятной для восприятия человека.;

В) любая информация, зафиксированная на машинном носителе. Электронный документ в обязательном порядке должен содержать электронную подпись и иные реквизиты, позволяющие его идентифицировать;

Г) любая информация, понятная для восприятия человека. Электронный документ в обязательном порядке должен содержать электронную подпись и иные реквизиты, позволяющие его идентифицировать.

**46. Что из перечисленного НЕ относится к условиям признания юридической силы электронной цифровой подписи?**

А) несертифицированность подписи;

Б) идентификация подписи;

В) сертификация подписи;

Г) нет верного ответа.

**47. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «электронная подпись» (с позиции директивы Европейского союза)?**

А) данные в электронной форме, которые присоединены и используются в качестве метода аутентификации;

Б) данные в электронной форме, которые присоединены или логически ассоциированы с другими электронными данными и которые используются в качестве метода аутентификации;

В) данные в электронной форме, которые логически ассоциированы с другими электронными данными и которые используются в качестве метода аутентификации;

Г) данные в электронной форме, которые используются в качестве метода аутентификации.

**48. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «расширенная электронная подпись» (с позиции директивы Европейского союза)?**

- А) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:
- связана с данными, к которым она относится таким образом, что можно определить всякое последующее изменение данных;
  - создана с использованием средств, которые подписывающий может сохранить под своим единоличным контролем;
- Б) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:
- создана с использованием средств, которые подписывающий может сохранить под своим единоличным контролем;
  - может служить для идентификации подписывающего;
- В) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:
- однозначно связана с подписывающим;
  - связана с данными, к которым она относится таким образом, что можно определить всякое последующее изменение данных;
- Г) процесс создания определенной технологии, имеющий юридическую силу электронной подписи в случае, если подпись:
- однозначно связана с подписывающим;
  - связана с данными, к которым она относится таким образом, что можно определить всякое последующее изменение данных;
  - создана с использованием средств, которые подписывающий может сохранить под своим единоличным контролем;
  - может служить для идентификации подписывающего.

**49. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «проверенный сертификат» (с позиции директивы Европейского союза)?**

- А) процесс, который должен включать в себя определенные данные: имя подписывающего; идентификацию поставщика услуг сертификации; указание на то, что сертификат выдан как проверенный; идентификационный код сертификата; указание начала и окончания периода действительности сертификата; данные для верификации подписи, соответствующие данным о создании подписи под контролем подписывающего; расширенную электронную подпись поставщика услуг, выдавшего сертификат.
- Б) процесс, который должен включать в себя определенные данные: имя подписывающего; указание на то, что сертификат выдан как проверенный; идентификационный код сертификата; указание начала и окончания периода действительности сертификата; данные для верификации подписи, соответствующие данным о создании подписи под контролем подписывающего;
- В) процесс, который должен, в частности, включать в себя определенные данные: идентификацию поставщика услуг сертификации; указание начала и окончания периода действительности сертификата; данные для верификации подписи, соответствующие данным о создании подписи под контролем подписывающего; расширенную электронную подпись поставщика услуг, выдавшего сертификат;
- Г) процесс, который должен, в частности, включать в себя определенные данные: имя подписывающего; идентификацию поставщика услуг сертификации; указание на то, что сертификат выдан как проверенный; идентификационный код сертификата; расширенную электронную подпись поставщика услуг, выдавшего сертификат.

**50. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «координируемая область регулирования» (с позиции директивы Европейского союза)?**

- А) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться сервис-провайдером;
- Б) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться интернет-магазином;
- В) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться интернет-банкигом;
- Г) установление в национальном законодательстве тех требований, которые должны выполняться электронной биржей.

**51. Что из перечисленного соответствует полному определению понятия «услуги информационного общества» (с позиции директивы Европейского союза)?**

- А) любые услуги, предоставляемые дистанционно, за вознаграждение, по индивидуальному запросу получателя услуг;
- Б) любые услуги, предоставляемые за вознаграждение, по индивидуальному запросу получателя услуг, с использованием электронных средств обработки и хранения данных;
- В) любые услуги, предоставляемые дистанционно, за вознаграждение с использованием электронных средств обработки и хранения данных;
- Г) любые услуги, предоставляемые дистанционно, за вознаграждение, по индивидуальному запросу получателя услуг, с использованием электронных средств обработки и хранения данных.

**52. Что из перечисленного НЕ относится к принципам использования электронной цифровой подписи?**

- А) возможность использования участниками электронного взаимодействия по своему усмотрению любых технических средств и информационной технологии, позволяющих использовать конкретных видов электронных подписей;
- Б) право участников электронного взаимодействия использовать электронную подпись любого вида, если требование об использовании конкретного вида электронной подписи в соответствии с соглашением между участниками электронного взаимодействия либо принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами;
- В) недопустимость признания электронной подписи и подписанного ею электронного документа не имеющими юридической силы только на основании того, что такая электронная подпись создана не собственноручно, а с использованием средств электронной подписи для автоматического создания и автоматической проверки электронных подписей в информационной системе;
- Г) нет верного ответа.

**53. Что из перечисленного соответствует требованиям Директивы Европейского Союза при разрешении споров в области электронной коммерции?**

- А) не должно быть помех к использованию внесудебных процедур для разрешения споров между получателем услуг и провайдером;
- Б) все ответы верны;
- В) органы внесудебного урегулирования должны обеспечивать процессуальные гарантии для сторон-участников;
- Г) нет верного ответа.

## **Тестовые вопросы по теме №6 Электронный документооборот**

- 54. Что из перечисленного из перечисленного обеспечивают системы электронного управления документом (ЭУД)?**
- А) процесс создания больших объемов документов в компьютерных сетях;
  - Б) процесс управления доступом больших объемов документов в компьютерных сетях;
  - В) все ответы верны;
  - Г) процесс распространения больших объемов документов в компьютерных сетях.
- 55. Какие типы файлов поддерживают системы электронного управления документом (ЭУД)?**
- А) текстовые документы;
  - Б) все ответы верны;
  - В) электронные таблицы;
  - Г) аудио-, видео-данные.
- 56. Что из перечисленного НЕ относится к системам электронного управления документом (ЭУД)?**
- А) системы управления качеством;
  - Б) системы ЭУД, ориентированные на бизнес-процессы;
  - В) корпоративные системы ЭУД;
  - Г) системы управления информацией.
- 57. Что из перечисленного соответствует характеристике систем электронного управления документом (ЭУД) ориентированные на бизнес-процессы?**
- А) предназначены для специфических вертикальных и горизонтальных приложений, иногда ориентированных на использование в определенной индустрии;
  - Б) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную всем пользователям в организации;
  - В) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции;
  - Г) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет.
- 58. Что из перечисленного соответствует характеристике корпоративных систем электронного управления документом (ЭУД)?**
- А) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации;
  - Б) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации;
  - В) обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов;
  - Г) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет.

**59. Что из перечисленного соответствует характеристике систем управления контентом (ЭУД)?**

- А) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет;
- Б) обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов;
- В) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации;
- Г) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции.

**60. Что из перечисленного соответствует характеристике систем управления информацией (ЭУД)?**

- А) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet.
- Б) преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат;
- В) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации – вплоть до уровня разделов документов и объектов для их последующего повторного использования и компиляции;
- Г) обеспечивают систематическую маршрутизацию работ любого типа в рамках структурированных и неструктурированных бизнес-процессов.

**61. Что из перечисленного соответствует характеристике систем управления образами (ЭУД)?**

- А) преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат;
- Б) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet.;
- В) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации;
- Г) обеспечивают корпоративную инфраструктуру для создания, совместной работы над документами и их публикации, доступную, как правило, всем пользователям в организации.

**62. Что из перечисленного соответствует характеристике системы электронного документооборота с развитыми средствами хранения и поиска информации (электронные архивы – ЭА) (ЭУД)?**

- А) обеспечивают процесс отслеживания создания, доступа, контроля и доставки информации;
- Б) преобразуют информацию с бумажных носителей в цифровой формат;
- В) обеспечивают агрегирование, управление и доставку информации через сети Интернет, intranet и extranet.;
- Г) системы документооборота, ориентированный на эффективное хранение и поиск информации.

**63. Что из перечисленного соответствует определению понятия «электронный документооборот»? ?**

- А) комплекс мероприятий по организации документооборота предприятия или организации;
-

- Б) документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата;
- В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;
- Г) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «безбумажного делопроизводства».

**64. Что из перечисленного соответствует определению понятия «электронный документ»?**

- А) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «безбумажного делопроизводства»;
- Б) документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата;
- В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;
- Г) нет верного ответа.

**64. Что из перечисленного соответствует определению понятия «документооборот»?**

- А) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «безбумажного делопроизводства»;
- Б) документ, созданный с помощью средств компьютерной обработки информации, который может быть подписан электронной подписью (ЭП) и сохранен на машинном носителе в виде файла соответствующего формата;
- В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;
- Г) нет верного ответа.

**65. Что из перечисленного соответствует определению понятия «делопроизводство»?**

- А) комплекс мероприятий по организации документооборота предприятия или организации;
- Б) нет верного ответа;
- В) система создания, интерпретации, передачи, приема и архивирования документов, а также контроля над их выполнением и защиты от несанкционированного доступа;
- Г) совокупность автоматизированных процессов по работе с документами, представленными в электронном виде, с реализацией концепции «безбумажного делопроизводства».

**Тестовые вопросы по теме №7**  
**Интернет-маркетинг и его инструменты**



- 66. Что из перечисленного НЕ соответствует целям и задачам интернет-маркетинга?**
- А) Сокращение издержек на ведение бизнеса.
  - Б) Создание положительного современного имиджа;
  - В) Создание информационных баз данных;
  - Г) снижение объемов продаж.
- 67. Что из перечисленного НЕ соответствует особенностям интернет-маркетинга?**
- А) персонализация взаимодействия и переход к маркетингу «один – одному»;
  - Б) увеличение трансакционных издержек;
  - В) переход ключевой роли от производителей к потребителям;
  - Г) снижение трансформационных издержек.
- 68. Что из перечисленного НЕ относится к инструментам интернет-маркетинга?**
- А) электронные банки;
  - Б) Баннерная реклама;
  - В) E-mail рассылки;
  - Г) Ретаркетинг.
- 69. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «контекстная реклама»?**
- А) рекламные сообщения в виде статичных либо анимированных картинок, расположенных на страницах различных сайтов – крупных порталов или сайтов СМИ для имиджевого продвижения товаров, услуг компании или раскрутки бренда;
  - Б) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер;
  - В) контекстно-зависимые рекламные текстовые объявления или баннеры, отображаемые под строкой поиска либо в правой колонке от выдачи поисковой системы по запросам пользователей;
  - Г) собственно продвижение сайта, товара, услуги в соцсетях.
- 70. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «баннерная реклама»?**
- А) рекламные сообщения в виде статичных либо анимированных картинок, расположенных на страницах различных сайтов – крупных порталов или сайтов СМИ для имиджевого продвижения товаров, услуг компании или раскрутки бренда;
  - Б) комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся одновременно и передатчиками этой рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах;
  - В) работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий;
  - Г) инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку.
- 71. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «E-mail рассылка»?**

- А) инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку;
- Б) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер;
- В) комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся одновременно и передатчиками этой рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах;
- Г) контекстно-зависимые рекламные текстовые объявления или баннеры, отображаемые под строкой поиска либо в правой колонке от выдачи поисковой системы по запросам пользователей.

**72. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «вирусный маркетинг»?**

- А) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер.
- Б) собственно продвижение сайта, товара, услуги в соцсетях;
- В) комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся одновременно и передатчиками этой рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах;
- Г) инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку.

**73. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «лидогенерация»?**

- А) инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку;
- Б) комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся одновременно и передатчиками этой рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах;
- В) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер;
- Г) работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий.

**74. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «ретаргетинг»?**

- А) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер;
- Б) инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку;
- В) работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий;
- Г) комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся одновременно и передатчиками этой

рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах.

**75. Что из перечисленного соответствует определению понятия «RTB (англ. RealTimeBidding)»?**

А) контекстно-зависимые рекламные текстовые объявления или баннеры, отображаемые под строкой поиска либо в правой колонке от выдачи поисковой системы по запросам пользователей;

Б) аукцион рекламных объявлений в реальном времени;

В) комплекс действий в рекламной кампании, когда люди, на которых ориентирована реклама, становятся одновременно и передатчиками этой рекламы – среди друзей, знакомых, либо размещая информацию в своем блоге или на форумах;

Г) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер.

### **Тестовые вопросы по теме №8**

#### **Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса**

**76. Что из перечисленного соответствует характеристике категории «инфраструктура Интернета»?**

А) программные продукты, обеспечивающие работу в среде Интернета, консультации, обучение и интегрированные услуги, обслуживание сетей.

Б) работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий;

В) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер;

Г) глобальные сети высокоскоростных персональных компьютеров и являющиеся физической основой электронной коммерции.

**77. Что из перечисленного соответствует характеристике категории «инфраструктура интернет-приложений»?**

А) работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий;

Б) программные продукты, обеспечивающие работу в среде Интернета, консультации, обучение и интегрированные услуги, обслуживание сетей;

В) глобальные сети высокоскоростных персональных компьютеров и являющиеся физической основой электронной коммерции;

Г) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер.

**78. Что из перечисленного соответствует определению «электронный рынок» (выберите полный ответ)?**

А) высококонкурентная среда Интернета, в которой происходят сделки в виде покупки/продажи товаров, услуг и информации;

Б) среда Интернета, в которой происходят сделки в виде покупки/продажи товаров, услуг и информации;

В) высококонкурентная среда Интернета, в которой происходят сделки в виде покупки товаров;

Г) среда Интернета, в которой происходят сделки в виде покупки/продажи товаров и услуг.

**79. Что из перечисленного НЕ относится к интернет-посредникам?**

- А) онлайн-брокеры;
- Б) рекламные агенты;
- В) производители компьютерного оснащения;
- Г) порталы.

**80. Что из перечисленного НЕ соответствует критериям оценки инфраструктуры электронного бизнеса ?**

- А) ненадежность;
- Б) гибкость;
- В) масштабируемость;
- Г) надежность.

**81. Что из перечисленного относится к логическим функциям инфраструктуры электронного бизнеса ?**

- А) интеграция между серверами веб-приложений и внутренними серверами данных и транзакций;
- Б) все ответы верны;
- В) управление хранением данных;
- Г) управления политиками безопасности.

**82. Что из перечисленного является моделью сетей коммуникационной платформы?**

- А) локальная вычислительная сеть (ЛВС) локальная вычислительная сеть (ЛВС);
- Б) виртуальная локальная сеть VLAN;
- В) все вышеперечисленное;
- Г) глобальная сеть.

**83. Что из перечисленного соответствует модели электронной коммерции типа В2В «агрегации»?**

- А) организация на сайте «торгового содружества» продавцов и покупателей;
- Б) доска объявлений, где продавцы и покупатели могут вывешивать нечто, что может вызвать интерес у продавцов или покупателей;
- В) вариант ценообразования, где многочисленные продавцы и покупатели выставляют конкурирующие заявки на заключение контрактов;
- Г) универсальное место для закупки материально-технического обеспечения для компании.

**84. Что из перечисленного соответствует модели электронной коммерции типа В2В «торгового концентратора»?**

- А) универсальное место для закупки материально-технического обеспечения для компании;
- Б) организуются «торговые содружества» продавцов и покупателей. Продавцам выделяются специальные места для рекламы своих товаров, а покупателям предоставляется возможность взаимодействовать с ними с целью получения новостей;
- В) доска объявлений, где продавцы и покупатели могут вывешивать нечто, что может вызвать интерес у продавцов или покупателей;

Г) вариант ценообразования, где многочисленные продавцы и покупатели выставляют конкурирующие заявки на заключение контрактов.

**85. Что из перечисленного соответствует модели электронной коммерции типа В2В «доска объявлений»?**

А) вариант ценообразования для многих рынков, где многочисленные продавцы и покупатели выставляют конкурирующие заявки на заключение контрактов;

Б) сложная доска объявлений, где продавцы и покупатели могут вывешивать нечто, что может вызвать интерес у продавцов или покупателей;

В) предполагается наличие предложений на покупку и продажу с автоматическим сопоставлением заявок;

Г) универсальное место для закупки материально-технического обеспечения для компании.

**86. Что из перечисленного соответствует модели электронной коммерции типа В2В «аукционов»?**

А) вариант ценообразования для многих рынков, где многочисленные продавцы и покупатели выставляют конкурирующие заявки на заключение контрактов;

Б) сложная доска объявлений, где продавцы и покупатели могут вывешивать нечто, что может вызвать интерес у продавцов или покупателей;

В) предполагается наличие предложений на покупку и продажу с автоматическим сопоставлением заявок;

Г) универсальное место для закупки материально-технического обеспечения для компании.

**87. Что из перечисленного соответствует модели электронной коммерции типа В2В «полностью автоматической биржи»?**

А) вариант ценообразования для многих рынков, где многочисленные продавцы и покупатели выставляют конкурирующие заявки на заключение контрактов;

Б) сложная доска объявлений, где продавцы и покупатели могут вывешивать нечто, что может вызвать интерес у продавцов или покупателей;

В) предполагается наличие предложений на покупку и продажу с автоматическим сопоставлением заявок;

Г) универсальное место для закупки материально-технического обеспечения для компании.

**88. Что из перечисленного соответствует определению понятия «электронная витрина» (отметьте полный ответ)?**

А) специализированный веб-сайт, при помощи которого можно выбрать качественные товары для строительства, ремонта и благоустройства из ассортимента интернет-магазина или гипермаркетов, на котором опубликованы данные о предполагаемых товарах и услугах, но отсутствуют механизмы онлайн-оплаты;

Б) специализированный веб-сайт или интерактивный терминал, при помощи которого можно выбрать и заказать качественные товары для строительства, ремонта и благоустройства из ассортимента интернет-магазина, на котором опубликованы данные о предполагаемых товарах и услугах;

В) интерактивный терминал, при помощи которого можно выбрать и заказать качественные товары для строительства, ремонта и благоустройства из ассортимента интернет-магазина или гипермаркетов, на котором опубликованы

данные о предполагаемых товарах и услугах, но отсутствуют механизмы онлайн-оплаты;

Г) специализированный веб-сайт или интерактивный терминал, при помощи которого можно выбрать и заказать качественные товары для строительства, ремонта и благоустройства из ассортимента интернет-магазина или гипермаркетов, на котором опубликованы данные о предполагаемых товарах и услугах, но отсутствуют механизмы онлайн-оплаты.

**89. Что из перечисленного относится к видам электронной витрины?**

- А) интернет-витрина;
- Б) все ответы верны;
- В) компьютерный терминал;
- Г) электронная очередь.

## **Тестовые вопросы по теме №9 Системы электронных платежей**

**90. Что из перечисленного соответствует характеристике понятия «платежная система»?**

- А) программные продукты, обеспечивающие работу в среде Интернета, консультации, обучение и интегрированные услуги, обслуживание сетей.
- Б) интернет-система проведения расчетов между финансовыми организациями, бизнес-организациями и интернет-пользователями в процессе покупки/продажи товаров и услуг через Интернет;
- В) письма, пересылаемые с помощью электронной почты, имеющие явно рекламный характер;
- Г) глобальные сети высокоскоростных персональных компьютеров и являющиеся физической основой электронной коммерции.

**91. Что из перечисленного НЕ соответствует условиям совершения платежей в системе электронной коммерции?**

- А) возможность оплаты любыми доступными покупателю платежными средствами;
- Б) несохранность целостности информации;
- В) конфиденциальность;
- Г) авторизация.

**92. Что из перечисленного НЕ относится к видам электронных платежных систем?**

- А) кредитные;
- Б) дебетовые;
- В) оборотные;
- Г) все перечисленные относятся к видам электронных систем.

**93. Что из перечисленного соответствует характеристике дебетовых электронных платежных систем?**

- А) работают с наличными деньгами;
- Б) работают с бумажными чеками;
- В) работают с электронными чеками и цифровой наличностью;
- Г) работают с кредитными карточками.

**94. Что из перечисленного соответствует характеристике кредитных электронных платежных систем?**

- А) работают с бумажными чеками;
- Б) работают с кредитными карточками;
- В) работают с наличными деньгами;
- Г) работают с электронными чеками и цифровой наличностью.

**95. Отметьте верную последовательность этапов осуществления платежей с использованием электронного чека ?**

- А) со счета плательщика деньги перечисляются на счет получателя → плательщик выписывает электронный чек, подписывает электронной подписью и пересылает его получателю → чек предъявляется к оплате платежной системе → в случае подтверждения ее подлинности поставляется товар, оказывается услуга;
- Б) в случае подтверждения ее подлинности поставляется товар, оказывается услуга → со счета плательщика деньги перечисляются на счет получателя → плательщик выписывает электронный чек, подписывает электронной подписью и пересылает его получателю → чек предъявляется к оплате платежной системе;
- В) плательщик выписывает электронный чек, подписывает электронной подписью и пересылает его получателю → чек предъявляется к оплате платежной системе → в случае подтверждения ее подлинности поставляется товар, оказывается услуга → со счета плательщика деньги перечисляются на счет получателя;
- Г) чек предъявляется к оплате платежной системе → в случае подтверждения ее подлинности поставляется товар, оказывается услуга. → со счета плательщика деньги перечисляются на счет получателя → плательщик выписывает электронный чек, подписывает электронной подписью и пересылает его получателю;

**96. Отметьте верную последовательность этапов осуществления платежей с использованием электронных денег ?**

- А) деньги предъявляются эмитенту, который проверяет их подлинность → покупатель заранее обменивает реальные деньги на электронные → покупатель перечисляет на сервер продавца электронные деньги за покупку → в случае подлинности электронных купюр счет продавца увеличивается на сумму покупки, а покупателю отгружается товар, оказывается услуга;
- Б) покупателю отгружается товар, оказывается услуга → покупатель заранее обменивает реальные деньги на электронные → покупатель перечисляет на сервер продавца электронные деньги за покупку → деньги предъявляются эмитенту, который проверяет их подлинность;
- В) покупатель заранее обменивает реальные деньги на электронные → покупатель перечисляет на сервер продавца электронные деньги за покупку → деньги предъявляются эмитенту, который проверяет их подлинность → в случае подлинности электронных купюр счет продавца увеличивается на сумму покупки, а покупателю отгружается товар, оказывается услуга;
- Г) покупатель перечисляет на сервер продавца электронные деньги за покупку → покупатель заранее обменивает реальные деньги на электронные → деньги предъявляются эмитенту, который проверяет их подлинность → в случае подлинности электронных купюр счет продавца увеличивается на сумму покупки, а покупателю отгружается товар, оказывается услуга;

**97. Отметьте верную последовательность этапов осуществления платежей в кредитной системе?**

- А) результат авторизации передается платежной системе → магазин получает результат авторизации → покупатель в электронном магазине формирует

корзину товаров и выбирает способ оплаты «кредитная карта» → параметры кредитной карты (номер, имя владельца, дата окончания действия) передаются платежной системе Интернета для дальнейшей авторизации → платежная система Интернета передает запрос на авторизацию традиционной платежной системе → процессинговый центр передает банку-эмитенту запрос на авторизацию карты и затем получает ее результат → покупатель получает результат авторизации через магазин или непосредственно от платежной системы Интернета → при положительном результате авторизации: магазин оказывает услугу или отгружает товар, процессинговый центр передает в расчетный банк сведения о совершенной транзакции, деньги со счета покупателя в банке-эмитенте перечисляются через расчетный банк на счет магазина в банке-эквайере.

Б) процессинговый центр передает банку-эмитенту запрос на авторизацию карты и затем получает ее результат → результат авторизации передается платежной системе → покупатель в электронном магазине формирует корзину товаров и выбирает способ оплаты «кредитная карта» → параметры кредитной карты (номер, имя владельца, дата окончания действия) передаются платежной системе Интернета для дальнейшей авторизации → платежная система Интернета передает запрос на авторизацию традиционной платежной системе → магазин получает результат авторизации → покупатель получает результат авторизации через магазин или непосредственно от платежной системы Интернета → при положительном результате авторизации: магазин оказывает услугу или отгружает товар, процессинговый центр передает в расчетный банк сведения о совершенной транзакции, деньги со счета покупателя в банке-эмитенте перечисляются через расчетный банк на счет магазина в банке-эквайере;

В) покупатель получает результат авторизации через магазин или непосредственно от платежной системы Интернета → покупатель в электронном магазине формирует корзину товаров и выбирает способ оплаты «кредитная карта» → параметры кредитной карты (номер, имя владельца, дата окончания действия) передаются платежной системе Интернета для дальнейшей авторизации → платежная система Интернета передает запрос на авторизацию традиционной платежной системе → процессинговый центр передает банку-эмитенту запрос на авторизацию карты и затем получает ее результат → результат авторизации передается платежной системе → магазин получает результат авторизации → при положительном результате авторизации: магазин оказывает услугу или отгружает товар, процессинговый центр передает в расчетный банк сведения о совершенной транзакции, деньги со счета покупателя в банке-эмитенте перечисляются через расчетный банк на счет магазина в банке-эквайере;

Г) покупатель в электронном магазине формирует корзину товаров и выбирает способ оплаты «кредитная карта» → параметры кредитной карты (номер, имя владельца, дата окончания действия) передаются платежной системе Интернета для дальнейшей авторизации → платежная система Интернета передает запрос на авторизацию традиционной платежной системе → процессинговый центр передает банку-эмитенту запрос на авторизацию карты и затем получает ее результат → результат авторизации передается платежной системе → магазин получает результат авторизации → покупатель получает результат авторизации через магазин или непосредственно от платежной системы Интернета → при положительном результате авторизации: магазин оказывает услугу или отгружает товар, процессинговый центр передает в расчетный банк сведения о совершенной транзакции, деньги со счета покупателя в банке-эмитенте перечисляются через расчетный банк на счет магазина в банке-эквайере.



**98. Что из перечисленного соответствует определению понятия «платежный агрегатор»?**

- А) программные продукты, обеспечивающие работу в среде Интернета, консультации, обучение и интегрированные услуги, обслуживание сетей;
- Б) система электронной коммерции, которая объединяет все возможные способы оплаты в один для облегчения проведения платежей в интернете;
- В) интернет-система проведения расчетов между финансовыми организациями, бизнес-организациями и интернет-пользователями в процессе покупки/продажи товаров и услуг через Интернет;
- Г) глобальные сети высокоскоростных персональных компьютеров и являющиеся физической основой электронной коммерции.

**99. Что из перечисленного относится к правовым отношениям электронных денег?**

- А) все перечисленное;
- Б) эмиссия электронных денег;
- В) обращение электронных денег;
- Г) погашение электронных денег.

**100. Что из перечисленного является условием эмиссии электронных денег?**

- А) все перечисленное;
- Б) предоставление технических средств;
- В) перевод (взнос) клиентом денежных средств на счет эмитента в качестве предварительной оплаты;
- Г) заключение договора между эмитентом и будущим держателем электронных денег – клиентом эмитента.

### **Тестовые вопросы по теме №10**

### **Эффективность электронного бизнеса**

**101. Что из перечисленного НЕ относится к направлениям оценки эффективности электронного бизнеса?**

- А) экономический;
- Б) организационный;
- В) практический;
- Г) маркетинговый.

**102. Что из перечисленного соответствует экономическому направлению оценки эффективности электронного бизнеса?**

- А) показатели определяют степень интеграции новой информационной системы с деятельностью предприятия и его бизнес-процессами;
- Б) показатели служат для оценки экономической эффективности выбранного варианта построения системы электронной коммерции
- В) показатели характеризуют эффективность проведения маркетинговой программы реализации.;
- Г) показатели характеризуют эффективность продвижения Web-сервера в среде Интернет и эффективность использования инструментов Web-маркетинга.

**103. Что из перечисленного соответствует организационному направлению оценки эффективности электронного бизнеса?**

А) показатели определяют степень интеграции новой информационной системы с существующей системой, а также с деятельностью предприятия и его бизнес-процессами;

Б) показатели служат для оценки экономической эффективности выбранного варианта построения системы электронной коммерции;

В) показатели характеризуют эффективность проведения маркетинговой программы реализации.;

Г) показатели характеризуют эффективность продвижения Web-сервера в среде Интернет и эффективность использования инструментов Web-маркетинга.

**104. Что из перечисленного соответствует маркетинговому направлению оценки эффективности электронного бизнеса?**

А) показатели определяют степень интеграции новой информационной системы с существующей системой;

Б) показатели служат для оценки экономической эффективности выбранного варианта построения системы электронной коммерции;

В) показатели характеризуют эффективность проведения маркетинговой программы реализации и характеризуют эффективность продвижения Web-сервера в среде Интернет и эффективность использования инструментов Web-маркетинга;

Г) показатели определяют степень интеграции новой информационной системы с деятельностью предприятия и его бизнес-процессами.

**105. Отметьте верную формулу для определений экономической эффективности системы электронного бизнеса предприятия ( $C_n$  – результат, получаемый за счет функционирования системы;  $C_z$  – полные затраты на разработку и эксплуатацию системы).**

А)  $\mathcal{E} = C_n * C_z$ ;

Б)  $\mathcal{E} = \frac{C_n}{C_z}$  ;

В)  $\mathcal{E} = C_n + C_z$ ;

Г)  $\mathcal{E} = C_n - C_z$ ;

**106. Отметьте верную формулу для оценки организационного аспекта системы электронного бизнеса предприятия (где  $P$  – количество функций, выполняемых совместно существующей и новой информационными системами;  $P_o$  – общее количество функций, которые потенциально совместимы;  $i$  – номер функции, выполняемой совместно существующей и новой информационными системами;  $j$  – номер потенциально совместимых функций).**

А)  $P_{II} = \sum_{i=1}^n P * \sum_{j=1}^n P_o$  ;

Б)  $P_{II} = \sum_{i=1}^n P + \sum_{j=1}^n P_o$  ;

В)  $P_{II} = \frac{\sum_{i=1}^n P}{\sum_{j=1}^n P_o}$  ;

$$\Gamma) P_{II} = \sum_{i=1}^n P - \sum_{j=1}^n P_O ;$$

**107. Что из перечисленного соответствует маркетинговому показателю оценки экономической эффективности системы электронного бизнеса: «эффективность различных входов на сервер»?**

- А) отражает популярность страниц сервера. Определяется для каждой страницы как отношение посещений страницы к общему количеству посещений сервера;
- Б) процентное соотношение между числом посетителей, перешедших к активным действиям по приобретению товаров, и количеством уникальных посетителей сервера;
- В) отношение числа посетителей, воспользовавшихся данным источником, к общему количеству посещений сервера;
- Г) отношению общего количества посещений сервера к числу его уникальных посетителей;

**108. Что из перечисленного соответствует маркетинговому показателю оценки экономической эффективности системы электронного бизнеса: «посещаемость web-страниц сервера»?**

- А) процентное соотношение между числом посетителей, перешедших к активным действиям по приобретению товаров, и количеством уникальных посетителей сервера.
- Б) отношение числа посетителей, воспользовавшихся данным источником, к общему количеству посещений сервера;
- В) отношению общего количества посещений сервера к числу его уникальных посетителей;
- Г) отражает популярность страниц сервера. Определяется для каждой страницы как отношение посещений страницы к общему количеству посещений сервера;

**109. Что из перечисленного соответствует маркетинговому показателю оценки экономической эффективности системы электронного бизнеса: «эффективность баннерной рекламы»?**

- А) отношению общего количества посещений сервера к числу его уникальных посетителей;
- Б) отношение «кликнувших» посетителей страницы, на которой размещен баннер, общему числу её посетителей;
- В) отношение посещений страницы к общему количеству посещений сервера;
- Г) процентное соотношение между числом посетителей, перешедших к активным действиям по приобретению товаров, и количеством уникальных посетителей сервера.

**110. Что из перечисленного соответствует маркетинговому показателю оценки экономической эффективности системы электронного бизнеса: «эффективность преобразования посетителей сервера в покупателей»?**

- А) процентное соотношение между числом посетителей, перешедших к активным действиям по приобретению товаров, и количеством уникальных посетителей сервера;
- Б) отношению общего количества посещений сервера к числу его уникальных посетителей;
- В) отношение «кликнувших» посетителей страницы, на которой размещен баннер, общему числу её посетителей;

Г) отношение посещений страницы к общему количеству посещений сервера.

**111. Что из перечисленного соответствует маркетинговому показателю оценки экономической эффективности системы электронного бизнеса: «количество повторных посещений»?**

А) отношению общего количества посещений сервера к числу его уникальных посетителей;

Б) отношение посещений страницы к общему количеству посещений сервера;

В) отношение «кликнувших» посетителей страницы, на которой размещен баннер, общему числу её посетителей;

Г) процентное соотношение между числом посетителей, перешедших к активным действиям по приобретению товаров, и количеством уникальных посетителей сервера.

## **Тестовые вопросы по теме №11 Безопасность электронного бизнеса**

**112. Что из перечисленного НЕ соответствует общим принципам обеспечения безопасности электронной коммерции?**

А) принцип неопределенности;

Б) принцип минимального риска;

В) принцип максимального риска;

Г) принцип невозможности создания идеальной системы защиты.

**113. Что из перечисленного НЕ соответствует организационным принципам обеспечения безопасности электронной коммерции?**

А) принцип законности;

Б) принцип персональной безответственности;

В) принцип разграничения полномочий;

Г) принцип взаимодействия и сотрудничества.

**114. Что из перечисленного НЕ соответствует организационным принципам реализации системы защиты электронной коммерции?**

А) принцип незащищенности средств защиты;

Б) принцип комплексности и индивидуальности;

В) принцип последовательности рубежей;

Г) принцип защиты средств защиты.

**115. Что из перечисленного НЕ соответствует возможностям комплексной системы управления информационной безопасностью в рамках соблюдения требований международного стандарта ISO 27001?**

А) повысить риски;

Б) оптимизировать расходы на информационную безопасность;

В) снизить операционные затраты на информационную безопасность;

Г) обеспечить уровень информационной безопасности требованиям и целям бизнеса.

**116. Что из перечисленного НЕ соответствует прямым убыткам из-за нарушения информационной безопасности?**

А) могут быть выражены в стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации ;

- Б) могут быть выражены в стоимости незаконных операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
- В) могут быть выражены в стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьим лицам;
- Г) могут быть выражены в текущих расходах на выплату заработной платы, процентов по кредитам, арендной платы, амортизации и потерянной прибыли, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности предприятия из-за нарушения безопасности предприятия;

**117. Что из перечисленного соответствует косвенным убыткам из-за нарушения информационной безопасности?**

- А) могут быть выражены в стоимости восстановления поврежденной или физически утраченной информации ;
- Б) могут быть выражены в стоимости незаконных операций с денежными средствами и ценными бумагами, проведенных в электронной форме;
- В) могут быть выражены в стоимости возмещения причиненного физического и/или имущественного ущерба третьим лицам;
- Г) могут быть выражены в текущих расходах на выплату заработной платы, процентов по кредитам, арендной платы, амортизации и потерянной прибыли, возникающих при вынужденной приостановке коммерческой деятельности предприятия из-за нарушения безопасности предприятия;

**118. Что из перечисленного НЕ соответствует требованиям функционирования электронной системы оплаты?**

- А) приемлемость;
- Б) анонимность;
- В) неэффективность;
- Г) конвертируемость;