Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра экономической информатики

Паспорт экзамена

по дисциплине «Электронный бизнес», 6 семестр

1. Методика оценки

Экзамен проводится в смешанной (устно-письменной форме). Студент получает «электронный билет», состоящий из двух вопросов.

Первый вопрос выбирается из диапазона вопросов:

1. Сущность и виды электронного бизнеса.
2. Сущность и особенности электронной коммерции как элемента электронного бизнеса.
3. Основные IT-системы обеспечения функционирования электронного бизнеса.
4. User experience как основа развития электронной коммерции.
5. Обеспечение легальности ведения электронного бизнеса.
6. Особенности применения отдельных налоговых режимов субъектами электронного бизнеса.
7. Обеспечение расчётно-кассового обслуживания субъектов электронного бизнеса.
8. Франшиза в электронном бизнесе: сущность и особенности использования.
9. Основы анализа рынка и целевой аудитории при ведении электронного бизнеса.
10. Основы поиска свободных рыночных ниш и сегментов при ведении электронного бизнеса.
11. Минимальный жизнеспособный продукт для продвижения электронного бизнеса.
12. Основы поиска бизнес-идеи для создания электронного бизнеса.

Второй вопрос выбирается из диапазона вопросов:

1. Теоретические основы использования платёжных инструментов в розничном электронном бизнесе.
2. Эквайринг (торговый, мобильный и интернет-) в деятельности субъекта электронного бизнеса
3. Способы защиты розничных безналичных онлайн-платежей.
4. Особенности оспаривания розничных безналичных платежей.
5. Теоретические основы использования контрольно-кассовой техники в электронном бизнесе.
6. Практические основы использования контрольно-кассовой техники в электронном бизнесе.
7. Историко-экономические аспекты становления системы защиты прав потребителей товаров и услуг субъектов электронного бизнеса
8. Ответственность субъектов электронного бизнеса B2C за соблюдение прав потребителей в России.
9. Основы организации дистанционной торговли в рамках электронного бизнеса в России.

10. Противодействие злоупотреблению потребителями своими правами при ведении электронного бизнеса B2C в России.
11. Управление претензиями и ожиданиями клиентов при ведении электронного бизнеса B2C в России и за рубежом.
12. Сущность и особенности функционирования маркетплейсов в России и за рубежом.
13. Классификация маркетплейсов.
14. Технологические, инфраструктурные и управленческие элементы маркетплейсов.
15. Общая схема взаимодействия экономических субъектов в рамках функционирования бизнес-модели маркетплейса.
16. Общая схема взаимодействия мерчантов и маркетплейсов.
17. Особенности использования систем электронного документооборота в рамках взаимодействия мерчантов и маркетплейсов.
18. Особенности управления расходами мерчантов маркетплейсов.

Выбор конкретных вопросов осуществляется с помощью генератора случайных чисел. После получения вопросов студенту предоставляется право на подготовку в объёме ½ академического часа. В течение указанного периода студент может подготовить тезисы, краткий ответ и т.д., на которые вправе опираться в своём устном ответе преподавателю. Студент на экзамене вправе использовать только чистую бумагу (формата А4), ручку, карандаш.

Таким образом проверяется уровень сформированности компетенций и соотнесенных с ними индикаторов, закрепленных за дисциплиной.

На экзамене преподаватель вправе задавать студенту уточняющие и дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

Форма экзаменационного билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет бизнеса

Билет № _____
к экзамену по дисциплине «Электронный бизнес»

1. Вопрос 1
2. Вопрос 2.

Утверждаю: зав. кафедрой _____ _____ должность, ФИО
(подпись)
(дата)

2. Уровни освоения компетенций и критерии оценки

Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный комплексный анализ материала, выявляет проблемы, предлагает механизмы их решения, представляет количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры, не допускает ошибок. Компетенции и соотнесенные с ними индикаторы, закрепленные за дисциплиной, сформированы в полном объеме. Оценка составляет *от 36 до 40 баллов.*

Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, способен представить количественные и качественные характеристики процессов. Компетенции и соотнесенные с ними индикаторы, закрепленные за дисциплиной, содержат несущественные пробелы и сформированы на базовом уровне. Оценка составляет *от 27 до 35 баллов.*

Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений. Компетенции и соотнесенные с ними индикаторы, закрепленные за дисциплиной, содержат пробелы и сформированы на пороговом уровне. Оценка составляет *от* 20 *до 26 баллов.*

Ответ на экзаменационный билет считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений. Компетенции и соотнесенные с ними индикаторы, закрепленные за дисциплиной, не сформированы. Оценка составляет *менее* 20 *баллов.*

3. Шкала оценки

Экзамен считается сданным, если сумма баллов по всем заданиям билета составляет от 20 до 40 баллов включительно. Сумма менее 20 баллов признается неудовлетворительным результатом промежуточной аттестации по дисциплине.

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, установленными в НГТУ.

4. Вопросы к экзамену по дисциплине «Электронный бизнес»

1. User experience как основа развития электронной коммерции.
2. Историко-экономические аспекты становления системы защиты прав потребителей товаров и услуг субъектов электронного бизнеса
3. Классификация маркетплейсов.
4. Минимальный жизнеспособный продукт для продвижения электронного бизнеса.
5. Обеспечение легальности ведения электронного бизнеса.
6. Обеспечение расчётно-кассового обслуживания субъектов электронного бизнеса.
7. Общая схема взаимодействия мерчантов и маркетплейсов.
8. Общая схема взаимодействия экономических субъектов в рамках функционирования бизнес-модели маркетплейса.
9. Основные IT-системы обеспечения функционирования электронного бизнеса.
10. Основы анализа рынка и целевой аудитории при ведении электронного бизнеса
11. Основы организации дистанционной торговли в рамках электронного бизнеса в России.
12. Основы поиска бизнес-идеи для создания электронного бизнеса.

13. Основы поиска свободных рыночных ниш и сегментов при ведении электронного бизнеса.
14. Особенности использования систем электронного документооборота в рамках взаимодействия мерчантов и маркетплейсов.
15. Особенности оспаривания розничных безналичных платежей.
16. Особенности применения отдельных налоговых режимов субъектами электронного бизнеса.
17. Особенности управления расходами мерчантов маркетплейсов.
18. Ответственность субъектов электронного бизнеса B2C за соблюдение прав потребителей в России.
19. Практические основы использования контрольно-кассовой техники в электронном бизнесе.
20. Противодействие злоупотреблению потребителями своими правами при ведении электронного бизнеса B2C в России.
21. Способы защиты розничных безналичных онлайн-платежей.
22. Сущность и виды электронного бизнеса.
23. Сущность и особенности функционирования маркетплейсов в России и за рубежом.
24. Сущность и особенности электронной коммерции как элемента электронного бизнеса.
25. Теоретические основы использования контрольно-кассовой техники в электронном бизнесе.
26. Теоретические основы использования платёжных инструментов в розничном электронном бизнесе.
27. Технологические, инфраструктурные и управленческие элементы маркетплейсов.
28. Управление претензиями и ожиданиями клиентов при ведении электронного бизнеса B2C в России и за рубежом.
29. Франшиза в электронном бизнесе: сущность и особенности использования.
30. Эквайринг (торговый, мобильный и интернет-) в деятельности субъекта электронного бизнеса