

**Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»  
Институт экономики и бизнеса**

Сковиков А.Г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ  
ЭКОНОМИКИ»**

Ульяновск, 2019

Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Инструменты цифровой экономики» / составитель: А.Г. Сковиков. - Ульяновск: УлГУ, 2019.

Настоящие методические указания предназначены для студентов бакалавриата по направлениям 38.03.01 «Экономика» (степень – бакалавр), 38.03.02 «Менеджмент» (степень – бакалавр), 38.03.03 «Управление персоналом», 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (степень – бакалавр), 38.03.05 «Бизнес-информатика» (степень – бакалавр) и студентов специалитета по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность», изучающих дисциплину «Инструменты цифровой экономики». В работе приведены литература по дисциплине, основные темы курса и вопросы в рамках каждой темы, рекомендации по изучению теоретического материала, контрольные вопросы для самоконтроля, кейсы и тесты для самостоятельной работы.

Студентам заочной формы обучения следует использовать данные методические указания при самостоятельном изучении дисциплины. Студентам очной формы обучения они будут полезны при подготовке к практическим занятиям и к зачету по данной дисциплине.

Рекомендованы к введению в образовательный процесс Ученым советом Института экономики и бизнеса УлГУ (протокол № 223/09 от 27 июня 2019 г.).

## 1. ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Старков, А.Н. Цифровая экономика : учебное пособие / А.Н. Старков, Е.В. Сторожева. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 82 с. — ISBN 978-5-9765-3697-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/104928>.

2. Цифровое будущее или экономика счастья? [Электронный ресурс]/ А.В. Черновалов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2018.— 218 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85484.html>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Сквиков, А.Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А.Г. Сквиков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-3703-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119637>

4. Сквиков, А. Г. Электронная коммерция: учеб. пособ. / А. Г. Сквиков. - Ульяновск: УлГУ, 2017.

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

### ТЕМА № 1. ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

#### Основные вопросы:

1. Понятие цифровых технологий и цифровой экономики. Предпосылки и последствия прямой и опосредованной цифровизации общественных отношений. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".

2. Материальное производство и цифровая экономика. Происходящие глобальные трансформации в мировой экономике, обществе, технологиях. Представления об информационном продукте, электронных цепочках формирования добавленной стоимости. Информационный продукт как результат цифровой экономики.

3. Обзор сфер и механизмов применения новых информационных технологий. Законы развития цифровой экономики.

4. Сквозные технологии как драйверы развития цифровой экономики. Большие данные.

#### Рекомендации по изучению темы:

Вопрос 1 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 5-8; 27-32, учебном пособии [4] на с. 7-8, в учебных материалах ЭИОС, или, непосредственно, в видеолекциях по адресам <https://youtu.be/UZMx9KtCN00>, <https://youtu.be/Xl0xQ2gCekA>.

Вопрос 2 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 9-12, учебном пособии [4] на с. 9-10, в учебных материалах ЭИОС, или, непосредственно, в видеолекциях по адресам <https://youtu.be/a4p1U0Ifv9k>.

Вопрос 3 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 13-27, учебном пособии [4] на с. 10-22, в учебных материалах ЭИОС, или, непосредственно, в видеолекциях по адресам <https://youtu.be/vpMe3dCIe64>.

Вопрос 4 изложен в учебных материалах ЭИОС, или, непосредственно, в видеолекциях по адресам <https://youtu.be/8iU17r-9gmQ>, <https://youtu.be/APa8XEdZgdE>, <https://youtu.be/as07AHc4Ai8>, <https://youtu.be/ZGPHPgPDbZA>.

### **Контрольные вопросы:**

1. Что такое информатизация общества?
2. В чем состоит процесс информатизации общества?
3. В чем отличия процессов информатизации и компьютеризации?
4. Что такое информационное общество?
5. Что является средствами информационной технологии?
6. Назовите этапы развития информационных технологий.
7. Как Вы понимаете тезис: Информация как экономическое благо и фактор производства.
8. Раскройте сущность информационно-коммуникационных технологий.
9. В чем состоит влияние информационно-коммуникационных технологий на глобализацию мировой экономики?
10. Раскройте понятие цифровой экономики.
11. Раскройте структуру цифровой экономики. Субъекты, объекты и институты цифровой экономики как системы.
12. Как связаны цифровая экономика и экономический рост.
13. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.
14. Сформулируйте основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики.
15. Оцените влияние информационной экономики на участников рынка (покупатели, производители, структура коммерческих отношений).
16. В каком смысле Цифровая экономика выступает как дальнейшее развитие информационной (сетевой) экономики и новая стадия глобализации.
17. Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение).
18. Раскройте роль «больших данных» в принятии решений в экономике и финансах.

19. Что такое интернет вещей?
20. Экономические основы технологии распределенных реестров хранения информации (блокчейн).
21. Раскройте преимущества и проблемы применения блокчейна.
22. Криптовалюты: история, классификация и правовое регулирование.
23. Раскройте перспективы и риски применения криптовалют в финансовой системе государства.
24. Как происходит трансформация промышленности в цифровой экономике?
25. Киберфизические системы, технологии PLM, 3D-печать.
26. «Умные» производства.

**Кейсы для самостоятельной работы:**

1. Практическое задание: провести анализ сущности одной из технологий цифровой экономики и привести конкретные примеры ее применения в практической деятельности.

2. Сформируйте кейсы, масштабирование которых возможно в регионах России, направленные на повышение эффективности государственного управления. Результатом кейса является описание технического решения выбранной задачи с указанием, технологий, предлагаемых бизнес-схем, достоинств и недостатков предлагаемых решений, ожидаемых результатов.

**НАЗВАНИЕ:** Платформа строительных сервисов

**ЦЕЛЬ:** Повышение прозрачности строительных процессов и качества контроля за реализацией объектов в регионе

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Отсутствие оперативной, достоверной информации, необходимой для своевременного управленческого воздействия как на уровне муниципальных образований, так и на региональном уровне
- Недостаточный уровень эффективности, результативности контрольно-надзорной деятельности в сфере строительства
- Наличие нарушений сроков, объемов, качества строительства, порядка финансирования
- Большое количество итераций при согласовании и проверках объектов, сложность и большой объем «бумажного» документооборота
- Коррупционные риски и высокая степень влияния «человеческого фактора» на результативность процедур

---

**НАЗВАНИЕ:** Цифровой двойник города

**ЦЕЛЬ:** Повышение качества управления социально-экономическим и территориальным развитием города

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Недостаточно эффективная система управления городом и контроля за состоянием инфраструктуры вследствие отсутствия полной, достоверной и актуальной информации обо всех сферах жизни города
- Недостаточный уровень поступлений в бюджет вследствие нецелевого использования земель, самозахватов, наличия свободных земель и т.п.
- Недостаточное качество планирования строительства социальной и транспортной инфраструктуры вследствие необъективного и несвоевременного учета изменений социально-демографической ситуации в регионе
- Недостаточная эффективность планирования жилищного строительства вследствие отсутствия объективной информации о проектируемых объектах, о загруженности и потребности в объектах транспортной и социальной

---

**НАЗВАНИЕ:** Региональная платформа управления туристической отраслью

**ЦЕЛЬ:** Повышение эффективности использования больших данных для управления туристической отраслью региона/муниципалитета

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Низкое качество данных традиционной статистики, ведомственной статистики в сфере туризма, как следствие, снижение качества и эффективности управления развитием туристической отрасли региона (муниципалитета), недостаточное и неравномерное развитие туристической инфраструктуры, в т.ч. недостаточная транспортная доступность объектов туризма
- Высокие временные затраты на сбор и анализ данных о туристических потоках
- Отсутствие объективных данных об эффективности проведения высокобюджетных мероприятий, направленных на привлечение туристического потока

---

**НАЗВАНИЕ:** Интеллектуальная транспортная система

**ЦЕЛЬ:** Повышение качества и эффективности управления транспортной системой региона

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Недостаточное качество управления транспортной системой региона вследствие разобщенности региональной программно-аппаратной инфраструктуры
  - Низкий уровень прозрачности в системе городского пассажирского и спецтранспорта и доступности оперативной управленческой информации, как следствие, рост бюджетных расходов
  - Снижение качества дорожного полотна, падение средней скорости, пропускной способности, угроза безопасности участников дорожного движения в связи с постоянно увеличивающейся нагрузкой на дорожную инфраструктуру и эксплуатацией грузовых автомобилей с нарушением нормативов по массе
- 

**НАЗВАНИЕ:** Цифровая платформа «Активный горожанин»

**ЦЕЛЬ:** Повышение качества диалога органов власти и населения

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Недостаточный уровень учёта мнений граждан, их информированности, а также вовлечённости в решение вопросов местного значения вследствие отсутствия удобных и доступных инструментов диалога с населением
  - Недостаточный уровень мониторинга и контроля работы с обращениями граждан подведомственных и иных организаций (УК, ТСЖ, РСО, др.) со стороны органов власти
  - Высокий уровень непроизводительной нагрузки в ведомствах, связанный с дублированием обращений граждан, направлением обращений не по подведомственности
  - Сложный, неудобный поиск ведомства, определения подведомственности для обращений граждан, подача обращений на бумажных носителях, требующая очного приёма, отсутствие для граждан возможности отслеживать ход рассмотрения своих обращений
- 

**Тесты для самостоятельной работы:**

1. В каком году впервые была принята программа "Цифровая экономика Российской Федерации"?
  - а) 2010
  - б) 2015
  - в) 2017
  - г) 2018
  - д) 2019

2. Какая организация, ведомство или организационная структура выполняет функции проектного офиса программы "Цифровая экономика":
- а) Совет при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам
  - б) Проектный офис Правительства Российской Федерации
  - в) Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации
  - г) АНО "Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации"
  - д) АНО "Цифровая экономика"
3. На какой срок рассчитана реализация программы "Цифровая экономика"?
- а) 2020
  - б) 2024
  - в) 2030
  - г) 2035
4. Особенностью четвертой промышленной революции является:
- а) ориентация на человека
  - б) движение к дегуманизации
  - в) искусственный интеллект и умные взаимосвязанные машины
  - г) вытеснение из производства фактора труда.
5. Глобальный характер четвертой промышленной революции связан:
- а) с охватом всех стран и народов;
  - б) со стиранием временных и пространственных границ в движении капитала;
  - в) с развитием сетевой информационной экономики
  - г) с уменьшением индивидуализации потребностей человека
6. При переходе к цифровой экономике:
- а) растет производительность капитала и труда
  - б) труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом
  - в) расширяется рынок капитала и сужается рынок труда
7. В результате цифровой трансформации прибыль компаний:
- а) стремительно растет
  - б) стремительно падает
  - в) остается неизменной в долгосрочном плане.
8. Расставьте сотрудников компании по возрастанию доли внешней информации необходимой им для выполнения должностных обязанностей
- а) исполнитель (вводчик данных)
  - б) среднего звена (руководитель проекта)
  - с) топ-менеджер (генеральный директор)
9. Какая из перечисленных компаний является генератором на информационном рынке?
- а) Консультант плюс
  - б) Федеральная служба государственной статистики
  - с) Консалтинговая компания
10. Понятие сетевой экономики подразумевает:
- а) Ведущую роль коммуникаций, в том числе экономических и социальных



- b) Преимущественное значение телекоммуникационных сетей в развитии экономики
- c) Хозяйственную деятельность, осуществляемую с помощью электронных сетей

11. Теория «постфордизма» основывается на возрастающей роли:

- a) Конвейерного производства
- b) Производства уникальных товаров
- c) Добычи природных ресурсов

12. Что является информационным ресурсом?

- a) Аннотация к изданию в базе данных
- b) Статья, опубликованная в журнале

13. Какая технология не входит в перечень сквозных цифровых технологий (СЦТ) в проекте "Цифровые технологии"?

- a) Технологии виртуальной и дополненной реальностей
- b) Технологии квантовой телепортации
- c) Блокчейн-технологии
- d) Компоненты робототехники и сенсорики.

## **ТЕМА № 2. ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

### **Основные вопросы темы:**

1. Основные виды и классификация. Электронная коммерция B2B (бизнес-бизнес). Электронная коммерция B2C (бизнес-потребитель). Модели C2C (P2P, Peer-to-Peer), B2G или B2A, C2A, E2E (Exchange-to-Exchange).

2. Управление взаимоотношениями с клиентами. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе. Разработка электронного магазина.

3. Порталы. Корпоративные порталы. Экономические схемы информационных порталов.

### **Рекомендации по изучению темы:**

Вопрос 1 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 46-146, учебном пособии [4] на с. 34-96.

Вопрос 2 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 87-99, 147-168, учебном пособии [4] на с. 140-177.

Вопрос 3 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 83-84, учебном пособии [4] на с. 72-76.

### **Контрольные вопросы:**

- 1. Как трактуется понятие «электронный бизнес»?
- 2. Какие выделяют основные категории электронного бизнеса?
- 3. Что такое экстранет (Extranet)?
- 4. Какие виды деятельности включает электронный бизнес?

5. Что такое сетевая экономика?
6. Каковы негативные моменты взаимодействия партнеров в электронной среде?
7. Какие этапы развития прошел электронный бизнес?
8. Что характерно для второго этапа развития систем электронного бизнеса?
9. Как трактуется понятие «электронная коммерция»?
10. Что является предметом электронной коммерции?
11. Какие бизнес-процессы объединяет электронная коммерция?
12. Что такое электронная торговля?
13. Синонимичны ли понятия «электронная коммерция» и «электронная торговля»?
14. Какие виды электронной коммерции выделяют?
15. Назовите особые свойства информационного продукта. Какие методы защиты программных продуктов и информации, содержащейся в них, вы знаете?
16. По какому признаку подразделяются системы электронной коммерции?
17. Какие системы получили наибольшее развитие?
18. В чем специфика функционирования системы «бизнес-бизнес»?
19. Как можно применить принцип Парето (80:20) к системам электронной коммерции?
20. Для какой системы электронной коммерции характерна наиболее жесткая конкуренция?
21. В какой системе электронной коммерции покупатель диктует условия сделки?
22. На каких принципах базируется построение любой системы электронной коммерции?
23. Что такое электронный магазин?
24. Из каких основных элементов состоит электронный магазин?
25. Кто может участвовать в торгах на электронном аукционе?
26. Чем характеризуется аукцион однотипных предложений?
27. Чем корпоративные порталы отличаются от интернет-порталов?
28. Какие функции выполняют электронные торговые площадки?
29. Какие преимущества получают от внедрения и использования корпоративных порталов?
30. Как подразделяют торговые площадки с учетом типа управления?

#### **Кейсы для самостоятельной работы:**

1. Сформируйте кейсы, масштабирование которых возможно в регионах России, направленные на повышение эффективности бизнеса. Результатом кейса является описание

технического решения выбранной задачи с указанием, технологий, предлагаемых бизнес-схем, достоинств и недостатков предлагаемых решений, ожидаемых результатов.

**НАЗВАНИЕ:** Цифровая платформа мониторинга позиционирования служебного транспорта

**ЦЕЛЬ:** Повышение эффективности использования служебного транспорта

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Высокий уровень неэффективных расходов на содержание и обслуживание служебного транспорта вследствие недостаточного контроля за его использованием, в т.ч. за расходом топлива и пробегом транспортных средств, использованием служебного автотранспорта в личных целях
  - Отсутствует оперативный доступ к архивной информации об использовании служебного транспорта, выполнении ими служебных заданий
- 

**НАЗВАНИЕ:** Цифровая платформа закупок товаров для несетевых розничных точек

**ЦЕЛЬ:** Повышение эффективности организации сбытовой и закупочной деятельности

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Отсутствие у закупщиков товаров оперативных, полных и актуальных данных о поставщиках, стоимости продукции, «ручной поиск» информации, как следствие, высокие финансовые и временные затраты на ее поиск и обработку, заключение контрактов на неоптимальных условиях
  - Высокие финансовые расходы поставщиков на продвижение своих товаров в сети Интернет, размещение и постоянное обновление электронного каталога товаров, в том числе через разработку собственного сайта
- 

**НАЗВАНИЕ:** Цифровая платформа самообслуживания для потребителей коммерческих и государственных услуг

**ЦЕЛЬ:** Повышение качества обслуживания и снижение стоимости сервисных процессов

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Рост затрат на обработку типовых обращений от потребителей услуг, связанных с получением информации и решением проблем
- Снижение качества обслуживания из-за роста нагрузки на специалистов сервисных служб
- Снижение уровня удовлетворенности клиентов из-за сложности доступа к информации о ходе обработки обращений и порядке предоставления услуг

- Отсутствие «единого окна» для жалоб и претензий, включая судебные иски, со стороны потребителей услуг, недостаточная прозрачность хода их рассмотрения, случаи утери
  - Недостаток информации для проведения оценки качества работы сервисных подразделений и разработки программ мотивации персонала
- 

НАЗВАНИЕ: Голосовые роботы

ЦЕЛЬ: Повышение качества взаимодействия с клиентами

- ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:
  - Высокие финансовые затраты, связанные с обслуживанием клиентских запросов в контакт-центрах, в условиях постоянного увеличения объема предоставляемых услуг
  - Недостаточный уровень удовлетворенности клиентов в связи с «недозвонами» в контакт-центр, длительным временем ожидания консультации оператора
  - Вынужденный расход времени клиента на «самоклассификацию» запроса в интерактивном голосовом меню
  - Высокие временные затраты операторов контакт-центра вследствие обработки типовых вопросов клиентов
- 

НАЗВАНИЕ: Интеллектуальная поисковая система

ЦЕЛЬ: Повышение эффективности поиска информации в больших объемах неструктурированных данных

ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:

- Низкое качество управленческих решений, принятых на основе недостоверной информации и в условиях недостаточной экспертизы
  - Отсутствие единого информационного пространства для поиска, дробление информации между большим количеством источников
  - Низкое качество накопленного массива документов (мусорные символы, проблемы с кодировками и распознаванием сканированного текста)
  - Увеличение затрат рабочего времени на поиск информации со стороны персонала
  - Недостаточное качество внутренней кооперации и экспертизы вследствие низкой скорости обработки поисковых запросов и формирования выдачи
- 

НАЗВАНИЕ: Облачная CRM система для управления многоквартирными домами

**ЦЕЛЬ:** Повышение качества обслуживания и снижение стоимости сервисных процессов

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Недостаточная эффективность деятельности УК/ТСЖ по управлению жилым фондом, отсутствие необходимых для управления данных о МКД и деятельности УК/ТСЖ, их сотрудников в режиме реального времени
  - Недостаточная удовлетворенность жильцов качеством услуг УК, ТСЖ вследствие отсутствия онлайн сервисов коммуникаций собственников, жильцов с УК/ТСЖ, оплаты за жилищные услуги, участия в общих собраниях собственников МКД и др., доступности информации о деятельности УК/ТСЖ, их услугах, тарифах и т.п.
  - Несвоевременная оплата собственниками коммунальных услуг и услуг по содержанию общего имущества МКД
- 

**Тесты для самостоятельной работы:**

1. Комплекс наиболее существенных рыночных отношений, информационных потоков, связывающих коммерческую организацию с рынком.
  - а) коммуникационная политика;
  - б) Интернет;
  - в) система электронной коммерции;
  - г) технология электронной коммерции.
  
2. Системы электронной коммерции, в основу которых положен принцип глубокой специализации при четком отборе потенциального круга клиентов
  - а) «бизнес—бизнес»;
  - б) «бизнес—государство»;
  - в) «потребитель—потребитель»;
  - г) «бизнес—потребитель».
  
3. Система электронной коммерции, предполагающая более широкое участие индивидуумов в принятии решения о покупке.
  - а) «потребитель—потребитель»;
  - б) «бизнес —потребитель»;
  - в) «потребитель—государство»;
  - г) «бизнес—бизнес».
  
4. Web—сайт, содержащий подробную информацию о предлагаемых к продаже товарах и предлагающий разместить заказ, который поступает в обычный офис по электронной почте.
  - а) электронный аукцион;
  - б) торговая площадка;
  - в) магазин;
  - г) электронная витрина.

5. Элемент, обеспечивающий работу электронного магазина и управляющий окончательным составом заказа.
- а) электронная витрина;
  - б) каталог;
  - в) виртуальная корзина;
  - г) покупатель.
6. Форма электронной коммерции, представляющая собой идеальную модель гибкого установления цены.
- а) корпоративный портал;
  - б) электронное сообщество;
  - в) электронный аукцион;
  - г) торговая Интернет-система.
7. Электронный аукцион, предназначенный для продажи ограниченного количества определенного товара.
- а) английский;
  - б) однотипных магазинов;
  - в) закрытых предложений;
  - г) двойной.
8. Корпоративные порталы по объему охватываемой информации:
- а) частные и общие;
  - б) горизонтальные и вертикальные;
  - в) мегапорталы и ворталы
  - г) универсальные и специальные.
9. Форма электронной коммерции, обеспечивающая информационный обмен и возможность осуществления сделок купли—продажи с предоставлением гарантии реализации сделок.
- а) электронный магазин;
  - б) электронная торговая площадка;
  - в) электронный аукцион;
  - г) вертикальный портал.
10. Форма взаимодействия заказчиков и поставщиков, характерная для отраслей с высокой степенью концентрации потенциала.
- а) отраслевая торговая площадка;
  - б) корпоративный портал;
  - в) электронное сообщество;
  - г) отраслевой каталог
11. Электронный бизнес представляет собой:
- а) любую коммерческую деятельность, широко использующую в своем процессе возможности информационных технологий;
  - б) любые формы сделок, при осуществлении которых взаимодействие сторон происходит электронным способом;
  - в) элемент интернет-маркетинга организации, направленный на продвижение компании и ее продукции в сети Интернет;
  - г) возможность доведения до пользователя информации о рекламируемом объекте с использованием текста, графики, звука, анимации.
12. Электронная коммерция представляет собой:

- а) любую коммерческую деятельность, широко использующую в своем процессе возможности информационных технологий;
- б) любые формы сделок, при осуществлении которых взаимодействие сторон происходит электронным способом.
- в) элемент интернет-маркетинга организации, направленный на продвижение компании и ее продукции в сети Интернет;
- г) систему, предоставляющую услуги пользователям Интернета.

13. Бизнес-бизнес является направлением электронной коммерции:

- а) и включает в себя взаимодействия между компаниями, основанные на применении информационных технологий;
- б) основу которого составляет электронная розничная торговля;
- в) и включает в себя возможность взаимодействия потребителей для заключения сделок или обмена опытом приобретения того или иного товара;
- г) и заключается в использовании электронных средств для организации делового взаимодействия коммерческих структур с государственными организациями.

14. Бизнес-потребитель является направлением электронной коммерции:

- а) и включает в себя взаимодействия между компаниями, основанные на применении информационных технологий;
- б) основу которого составляет электронная розничная торговля;
- в) и включает в себя возможность взаимодействия потребителей для заключения сделок или обмена опытом приобретения того или иного товара;
- г) и заключается в использовании электронных средств для организации делового взаимодействия коммерческих структур с государственными организациями.

15. Потребитель-потребитель является направлением электронной коммерции:

- а) и включает в себя взаимодействия между компаниями, основанные на применении информационных технологий;
- б) основу которого составляет электронная розничная торговля;
- в) и включает в себя возможность взаимодействия потребителей для заключения сделок или обмена опытом приобретения того или иного товара;
- г) и заключается в использовании электронных средств для организации делового взаимодействия коммерческих структур с государственными организациями.

16. Бизнес-администрация является направлением электронной коммерции:

- а) и включает в себя взаимодействия между компаниями, основанные на применении информационных технологий;
- б) основу которого составляет электронная розничная торговля;
- в) и включает в себя возможность взаимодействия потребителей для заключения сделок или обмена опытом приобретения того или иного товара;
- г) и заключается в использовании электронных средств для организации делового взаимодействия коммерческих структур с государственными организациями.

17. Особенности интернет-маркетинга включают в себя:

- а) ключевую роль потребителя в процессе маркетинговой коммуникации;
- б) глобализацию деятельности;
- в) персонализацию взаимодействия и переход к маркетингу «один-одному»;
- г) все перечисленное

18. Интернет-реклама представляет собой:

- а) любую коммерческую деятельность, широко использующую в своем процессе возможности информационных технологий;
- б) любые формы сделок, при осуществлении которых взаимодействие сторон происходит электронным способом;
- в) элемент интернет-маркетинга организации, направленный на продвижение компании и ее продукции в сети Интернет;
- г) возможность доведения до пользователя информации о рекламируемом объекте с использованием текста, графики, звука, анимации.

19. Положительные стороны интернет-рекламы включают в себя:

- а) интерактивную среду сети Интернет;
- б) мультимедийность сети Интернет;
- в) возможности оперативного и стратегического контроля, анализа результатов рекламных компаний;
- г) все перечисленное.

20. Недостатками интернет-рекламы являются:

- а) низкие доходы российского населения;
- б) отсутствие проработанной правовой базы;
- в) быстрое обновление информации;
- г) все перечисленное.

21. К электронной коммерции не относятся:

- а) платежные системы;
- б) специализированные службы доставки;
- в) интернет-магазины;
- г) информационные системы предприятий.

### **ТЕМА № 3. ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ**

#### **Основные вопросы темы:**

1. Технологические основы и технические средства создания платежных систем.

Организация оплаты с использованием кредитной карты.

2. Эффективность организации платежных систем на базе пластиковых карт.

3. Платежные системы с предварительной авторизацией.

#### **Рекомендации по изучению темы:**

Вопрос 1 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 179-221, учебном пособии [4] на с. 178-196.

Вопрос 2 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 222-223, 227-235, учебном пособии [4] на с. 232-233.

Вопрос 3 рассмотрен в учебном пособии [3] на с. 236-238, учебном пособии [4] на с. 233-235.

#### **Контрольные вопросы:**

- 1. В каком году в России начали действовать электронные платежные системы?
- 2. В чем заключается технология PayCash?



3. Что такое Национальная система платежных карт? Закреплена ли она законодательно?

4. Выделите основные особенности платежной системы банковских карт в России.

5. Каким законом регулируется современная платежная система в России?

6. Какие элементы составляют Национальную платежную систему России?

7. Какие организации могут быть операторами по переводу денежных средств?

8. Дайте определение оператора электронных денежных средств.

9. Виды платежных карт.

10. Виды банковских карт. Чем отличаются банковские карты разного уровня?

11. Основные особенности дебетовых карт.

12. Основные особенности карт с овердрафтом.

13. Основные особенности кредитных карт.

14. Виды предоплаченных карт, их основное отличие от других банковских карт.

15. Принцип использования электронных денег.

16. Принцип действия мобильных платежей.

17. В чем заключаются особенности российского законодательства в сфере электронных платежей?

18. Какие виды мошенничества в сфере электронных платежей наиболее распространены?

#### **Кейсы для самостоятельной работы:**

1. Сформируйте кейсы, масштабирование которых возможно в регионах России, направленные на повышение эффективности платежных систем. Результатом кейса является описание технического решения выбранной задачи с указанием, технологий, предлагаемых бизнес-схем, достоинств и недостатков предлагаемых решений, ожидаемых результатов.

**НАЗВАНИЕ:** Региональная система продаж в сфере культуры, досуга и туризма

**ЦЕЛЬ:** Повышение уровня информированности населения и доступности услуг в туристической отрасли

#### **ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Недостаточный уровень доступности информации для населения о событиях, мероприятиях, экскурсионных и других туристических предложениях в регионе
- Низкая посещаемость учреждений культуры местным населением и (или) туристами из-за недостаточной информированности о проходящих мероприятиях

- Недостаточный уровень развития отрасли туризма и досуга, как следствие, низкий объем налоговых и неналоговых поступлений в бюджет от организаций отрасли

---

**НАЗВАНИЕ:** Система безналичной оплаты проезда на пассажирском транспорте

**ЦЕЛЬ:** Повышение качества обслуживания пассажиров общественным транспортом и прозрачности расчетов по оплате проезда

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Отсутствие объективных данных о пассажиропотоках, как следствие, неоптимальные схемы маршрутов, графики движения, снижение уровня удовлетворенности граждан
- Отсутствие объективных данных о доходах от пассажирских перевозок, как следствие, завышенные/заниженные размеры субсидий транспортным предприятиям на возмещение недополученных доходов при применении регулируемых тарифов
- Отсутствие системы объективного учета пассажирских перевозок льготных категорий граждан
- Отсутствие у граждан возможности безналичной оплаты проезда непосредственно в общественном транспорте

---

**НАЗВАНИЕ:** Биллинговая расчетно-информационная система

**ЦЕЛЬ:** Повышение эффективности и прозрачности расчетов в сфере ЖКХ региона

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Органы власти не имеют оперативных и достоверных данных о начислениях, платежах и расчетах в сфере ЖКХ региона (муниципалитета), а также существует высокий уровень использования ручного труда при формировании отчетной информации, отсутствует единый канал коммуникации с жителями, организациями ЖКХ по вопросам расчетов в сфере ЖКХ
- Жильцы получают множество различных квитанций за ЖКУ (УК, ТСЖ, РСО), при этом отсутствует возможность оплаты и «обратной связи» в режиме «одного окна», отсутствует возможность дистанционной передачи показаний приборов учета и оплаты за ЖКУ
- Непрозрачная система расщепления платежей при оплате ЖКУ, как следствие, высокий уровень нарушений платежной дисциплины со стороны УК, ТСЖ, их задолженности перед РСО

- Низкая производительность труда УК, ТСЖ, РСО в сфере расчетов за ЖКУ, высокий уровень затрат на владение разрозненными информационными системами
- 

### **Тесты для самостоятельной работы:**

1. Системы, основанные на использовании обычных кредитных карт, с передачей по Интернету всей информации (номера карты, имени и адреса владельца) без особых мер безопасности - это
  - 1) системы открытого обмена
  - 2) системы, использующие шифрование обмена
  - 3) системы на основе электронно-цифровой подписи
  - 4) электронные деньги
  
2. Системы, предполагающие оплату посредством кредитной карты, с передачей по Интернету всей информации с помощью защищенных протоколов сеанса связи - это
  - 1) системы, использующие шифрование обмена
  - 2) системы открытого обмена
  - 3) системы на основе электронно-цифровой подписи
  - 4) электронные деньги
  
3. Полная анонимность платежа обеспечивается в
  - 1) в системах, использующих электронные деньги
  - 2) в системах открытого обмена
  - 3) в системах на основе электронной цифровой подписи
  - 4) в системах, использующих шифрование обмена
  
4. В основе каких схем реализации электронных платежных систем лежит использование
  - 1) кредитных карточек?
  - 2) кредитные схемы
  - 3) дебетовые схемы
  - 4) схемы с использованием электронных наличных
  
5. Протокола SET обеспечивает защиту для следующих схем реализации электронных платежных систем
  - 1) кредитные схемы
  - 2) дебетовые схемы
  - 3) схемы с использованием электронных наличных
  
6. Отсутствие анонимности является недостатком для следующих схем реализации электронных платежных систем
  - 1) кредитные схемы
  - 2) дебетовые схемы
  - 3) схемы с использованием электронных наличных