

**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 «ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»**

Ульяновск, 2019

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

Настоящие методические указания предназначены для студентов бакалавриата по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика» (степень – бакалавр), изучающих дисциплину «Электронный бизнес». 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. Сковиков А.Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие. - СПб.: Издательство «Лань», 2019. - 260с. В ЭК 1 экз.
2. Быстренина И.Б., Электронная коммерция : Учебное пособие / Быстренина И.Б. - М. : Дашков и К, 2018. - 90 с. - ISBN 978-5-394-03299-8 - Текст :электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394032998.html>
3. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/404278>
4. Сковиков, А. Г.Электронная коммерция : учеб. пособие для студентов и аспирантов направл. "Бизнес-информатика", "Прикладная информатика в области экономики" / Сковиков Анатолий Геннадьевич ; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - 245 с. – Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1478/Skovikov2017.pdf>
5. Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Зараменских. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8210-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/413823>
6. Иншакова, Е. Г. Электронное правительство в публичном управлении : монография / Е. Г. Иншакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 139 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-05216-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/416095>
7. Сидорова, А. А. Электронное правительство : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сидорова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9307-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/414063>

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

### ТЕМА № 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

#### Основные вопросы:

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

5. Интернет-банкинг: технологии и направления развития. Особенности и технологии. Интернет-трейдинг. Интернет-страхование. Интернет-маркетинг.

**Рекомендации по изучению темы:**

Вопрос 1 изложен в учебном пособии [1] на с. 33-46, учебном пособии [4] на с. 25-34, учебнике [5] на с. 24-32.

Вопрос 2 изложен в учебном пособии [1] на с. 47-86, учебном пособии [4] на с. 35-77.

Вопрос 3 изложен в учебном пособии [1] на с. 87-99, учебном пособии [4] на с. 78-85.

Вопрос 4 изложен в учебном пособии [1] на с. 99-125, учебном пособии [4] на с. 86-117, учебнике [7] на с. 15-23.

Вопрос 5 изложен в учебном пособии [1] на с. 126-178, учебном пособии [4] на с. 118-177.

**Контрольные вопросы:**

1. Что такое информатизация общества?
2. В чем состоит процесс информатизации общества?
3. Вопросы и задания для самоконтроля 1. Что такое электронное правительство? Какие подходы к определению данного понятия вы можете назвать?
4. Перечислите основные стадии развития электронного правительства. В чем заключается отличие приведенных классификаций?
5. На какой стадии, по вашему мнению, находится электронное правительство в России? Обоснуйте свой ответ.
6. Назовите и охарактеризуйте основные модели электронного правительства.
7. Какие ключевые отношения возникают в рамках модели G2C? Какие задачи решает Единый портал государственных услуг?
8. Охарактеризуйте инфраструктуру электронного правительства в рамках модели G2B.
9. Назовите и охарактеризуйте базовые проекты электронного правительства в рамках модели G2G.
10. Какие нормативные акты регулируют сферу электронного правительства в России?
11. Назовите федеральные органы исполнительной власти, ответственные за развитие электронного правительства в России.
12. Что такое электронные государственные услуги? Назовите основные направления развития электронных государственных услуг в России.
13. Перечислите и охарактеризуйте основные направления в рамках развития инфраструктуры электронного правительства.

14. Что такое открытое правительство?
15. Как трактуется понятие «электронный бизнес»?
16. Какие выделяют основные категории электронного бизнеса?
17. Что такое экстранет (Extranet)?
18. Какие виды деятельности включает электронный бизнес?
19. Что такое сетевая экономика?
20. Каковы негативные моменты взаимодействия партнеров в электронной среде?
21. Какие этапы развития прошел электронный бизнес?
22. Что характерно для второго этапа развития систем электронного бизнеса?
23. Как трактуется понятие «электронная коммерция»?
24. Что является предметом электронной коммерции?
25. Какие бизнес-процессы объединяет электронная коммерция?
26. Что такое электронная торговля?
27. Синонимичны ли понятия «электронная коммерция» и «электронная торговля»?
28. Какие виды электронной коммерции выделяют?
29. Назовите особые свойства информационного продукта. Какие методы защиты программных продуктов и информации, содержащейся в них, вы знаете?
30. По какому признаку подразделяются системы электронной коммерции?
31. Какие системы получили наибольшее развитие?
32. В чем специфика функционирования системы «бизнес-бизнес»?
33. Как можно применить принцип Парето (80:20) к системам электронной коммерции?
34. Для какой системы электронной коммерции характерна наиболее жесткая конкуренция?
35. В какой системе электронной коммерции покупатель диктует условия сделки?
36. На каких принципах базируется построение любой системы электронной коммерции?
37. Чем корпоративные порталы отличаются от интернет-порталов?
38. Какие функции выполняют электронные торговые площадки?
39. Какие преимущества получают от внедрения и использования корпоративных порталов?
40. Как подразделяют торговые площадки с учетом типа управления

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

1. Задание 1. Прочитайте кейс «Чувствующая планета». Ответьте на вопросы и заполните таблицу после кейса.

## **Чувствующая планета: почему Интернет вещей является следующей технической революцией?**

*Роб ван Краненбург, автор концепции Интернета вещей, рассказывает свое видение следующей технической революции и утверждает, что американская промышленность и правительство должно играть более активную роль в ее развитии.*

Если бы 10 лет назад я стоял на середине площади, то было бы немыслимо представить, что все вещи вокруг будут подключены в единую сеть.

На мой взгляд, сама идея не такая новая. Анимисты в Африке и Азии на протяжении веков говорили о «жизни» неодушевленных предметов, полагая, что все вещи имеют душу, и она требует внимания и заботы. Человечество — это своего рода машины по созданию смыслов и образов, мы наделяем неодушевленные ландшафты и объекты различного рода свойствами, которыми они не могут обладать в реальности.

Спустя 10 лет, с появлением Интернета вещей ( IoT, Internet of Things ) — мечты становятся реальностью. Это массовый и глобальный процесс, всем объектам присваивается уникальный цифровой адрес в сети. IoT уже приходит к нам: в вашем доме появляются системы умного учета, что позволяет контролировать все ваши электроприборы, ваш автомобиль имеет датчики расстояния и eCall для предупреждения несчастных случаев. И конечно, ваше тело получает обновку благодаря интеллектуальной футболке или слуховому аппарату от компании «Сименс», который автоматически приглушает громкий звук пожарной машины, еще до того, как вы его услышали.

И этот процесс неизбежен. Но почему? Потому что большое количество научных открытий породило новые качества жизни, чтобы сделать то, что когда-то было областью научной фантастики, реальностью. Давайте быстро взглянем на эти открытия.

Первое открытие возвращает нас в 1974 г. — повсеместное внедрение штрих-кода. Оно показало, что стандартизация позволяет эффективно синхронизировать потоки данных между различными системами. Второе — это RFID (радиочастотные метки) и похожая технология NFC (Коммуникация ближнего поля) — стоимость этих технологий была снижена до копеек к 2000 г. благодаря MIT — Массачусетскому технологическому институту. Третий фактор — невероятная дешевизна баз данных, необходимых для сбора, хранения и обработки данных от триллионов элементов новой системы. В конце 1990-х гг. расходы на базы данных были крупнейшим препятствием на пути IoT. Четвертый шаг — это замена интернета протокола с IPv4 на IPv6. С его помощью мы можем подключать к Интернету все, что имеет программное обеспечение: зубную щетку, кофе-машину, холодильник, стиральную машину. Таким образом, с технологической стороны IoT является

системой, состоящей из штрих-кодов, QR -кодов, RFID, NFC, активных датчиков, Wi-Fi и IPv6. Ничего особого, в основном обычные радиотехнологии.

Следующий фактор, IoT — это нечто большее, чем просто оборудование и технологии. В 1991 г. Марк Вайзер, основатель идеи проникающего компьютеринга ( UbiComp ), опубликовал свою новаторскую статью «Компьютер для XXI века», в которой утверждал, что компьютер станет меньше, распространеннее и быстрее; в те времена всем компьютерам для управления требовалась мышка и клавиатура. Он хотел интуитивного взаимодействия с доступными сетями и подключенными к ним компьютерами. Он говорил о дизайне и интерактивности, которая является пятой предпосылкой для рождения IoT.

Шестой фактор — это мы сами. Мы затянуты в Интернет, мобильные телефоны, смартфоны, планшеты и социальные сети, как в никакие другие технологические изобретения. Мы не можем отрицать, что все это дает нам больше информации о том, где находятся люди и объекты. Показывает постоянный рост взаимодействия между всеми, между различными приложениями и сервисами, ни одно из которых не может больше существовать само по себе. Мы видели, что Интернет сделал менее чем за 20 лет с точки зрения развития сотрудничества и обмена. Его основой является радикальная демократичность. Ни король, ни магнат, ни хулиган не могут полностью контролировать посылаемые сообщения. Это позволило людям во всем мире начать сотрудничество в иной плоскости, чем деньги, теперь это онлайн-статусы, репутация, чистая бескорыстная идея помогать кому-то; это явилось составной частью на пути строительства Wikipedia, Linux и Wikileaks. Эта тенденция носит глобальный характер. Люди стали совместно использовать машины и оборудование. Интернет вещей позволит малым и развивающимся группам людей не только поделиться информацией, видео или обновлением статусов, но и критически важными ресурсами, как например энергия.

Но сегодня мы находимся на перепутье. Существующие формы принятия решений боятся прозрачности и быстрого действия, и они ломаются под тяжестью действия принципов Интернета и Интернета вещей. Тем не менее, не стоит рассматривать это как нападение на существующую систему. Но надо понимать, что этот процесс демократизации зародился благодаря реализации всех аспектов и элементов новой системы. Она должна рассматриваться как благоприятная почва для инноваций. IoT можно построить на принципах Интернета. Глобальные умные сети наблюдают за изменениями климата, или сообщество локальных независимых лидеров образуют местные сети из своих районов, локальных территорий.

Полноценно работающий Интернет вещей еще впереди, но Китай оказывается интересным примером того, что можно ожидать. Известный китайский проект «Чувствующая планета» ( The Sensing Planet ) — это огромные инвестиции в умные энергетические сети и во все виды

датчиков, которые могут быть использованы в больших масштабах. Большинство в современном китайском руководстве — это инженеры, и, как следствие, их исследовательские структуры ( R & D ) направлены на развитие инфраструктуры, услуг, правовых аспектов, приборов и оборудования.

В своей актуальной статье «Интернет вещей: игнорируемый кандидатами, но не Китаем» Дэвид Стиветсон написал: «в то время как наше правительство молчит, ЕС и Китай активно финансируют научно-исследовательские проекты по развертыванию IoT технологий и созданию политик для управления ими». Хотя он справедливо замечает, что в США источник развития IoT находится не на уровне правительства, а на уровне руководителей отдельных городов и крупных компаний, например, IBM руководителей отдельных городов и крупных компаний, например, IBM и CISCO относительно успешны в развертывании умных городов ( Smartcity ) с применением Интеллектуальных операционных центров. Но может быть оспорено, что на уровне правительства США есть хотя бы небольшая координация в плане предстоящих социальных последствий. Европейский союз имеет давние традиции в финансировании научно-исследовательских программ в этой области.

Правительственные действия в этом направлении — наиболее интересный аспект в развитии Интернета вещей, возвращаясь к идее человечества — желанию наделить жизнью неодушевленное. Проекты с открытым исходным кодом и DIY (сделай сам) сообществами наполнены устройствами и программами, такими как: Arduino, Raspberry Pi, Processing, 3D Printing и самодельными беспилотными летательными аппаратами. Некоторые из которых являются самыми инновационными платформами, пришли не от государств или корпораций, а из домов увлеченных и предприимчивых людей. Это восхитительно, что технологические возможности и любопытство человеческой природы вскоре сделают мою, казалось бы, нереальную фантазию реальностью — стоять в середине городской площади, где все предметы подключены к Интернету.

### **Вопросы:**

1. Приведите примеры использования технологий IoT в современном государственном управлении. Какие перспективы применения IoT в сфере государственного управления вы видите? Какие преимущества он предоставляет?
2. Обоснуйте, какие препятствия существуют для успешного применения IoT в государственном управлении?
3. Предложите мероприятия, способствующие снижению выявленных барьеров.

Заполните таблицу и постарайтесь обосновать свое мнение.

Перспективы применения IoT в госуправлении	Препятствия распространения технологий	Мероприятия по снижению барьеров распространения
--	--	--

(с указанием конкретных областей применения, конкретных проектов)	IoT в госуправлении	IoT в госуправлении
1...		
2...		
3...		

### Тесты для самостоятельной работы:

1. Укажите преимущества и выгоды электронной коммерции
  - a) существенное сокращение затрат на проведение маркетинга и торговых операций (транзакционных издержек)
  - b) решение проблемы расстояний
  - c) предоставление конкурентных преимуществ на мировом рынке для малых и средних предприятий
  - d) повышение объема налоговых отчислений в бюджет государства
  
2. Электронные торговые склады являются примером следующего вида электронной коммерции
  - a) B2B
  - b) B2C
  - c) C2C
  - d) C2A
  - e) B2G
  
3. Интернет-аукцион является примером следующего вида электронной коммерции
  - a) C2C
  - b) B2B
  - c) B2G
  - d) E2E
  - e) C2A
  
4. Когда в коммерческой операции, реализуемой электронными средствами, участвуют два физических лица - это пример модели
  - a) C2C
  - b) B2C
  - c) B2B
  - d) B2G
  
5. В случае когда предприятие торгует напрямую с клиентом - это пример модели
  - a) B2C
  - b) B2B
  - c) C2C
  - d) E2E
  - e) C2G
  
6. Розничная реализация товаров компанией - это пример модели
  - a) B2C
  - b) B2B

- c) E2E
  - d) C2C
  - e) C2G
7. Традиционный Интернет-магазин - это пример модели
- a) B2C
  - b) B2B
  - c) C2C
  - d) B2A
  - e) C2G
8. Торговые концентраторы - это пример модели
- a) B2B
  - b) B2C
  - c) C2C
  - d) E2E
  - e) C2B
9. Укажите возможные варианты реализации модели B2C
- a) веб-витрины
  - b) торговые интернет-системы
  - c) интернет-магазины
  - d) торговые концентраторы
- электронные торговые склады
10. Для какого варианта реализации модели электронной торговли характерна интеграция с корпоративной информационной
- a) системой компании
  - b) торговые интернет-системы
  - c) интернет-магазины
  - d) веб-витрины
  - e) торговые концентраторы
11. Электронная доска объявлений - это пример модели
- a) C2B
  - b) B2B
  - c) C2C
  - d) B2C
  - e) C2A
12. Все разновидности сделок, заключаемых между компаниями и правительственными организациями, включает в себе модель
- a) B2A
  - b) C2A
  - c) P2P
  - d) E2E
  - e) B2B
13. Автоматизация партнерства и кооперации интернет-бирж является задачей следующей модели
- a) E2E
  - b) B2B

- c) C2C
- d) B2G
- e) P2P

14. Способ осуществления электронной коммерции путем совершение сделок между двумя потребителями относится к модели

- a) C2C
- b) P2P
- c) B2G
- d) B2B
- e) E2E

## **ТЕМА № 2. ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

### **Основные вопросы темы:**

1. Электронная реклама.
2. Схема работы электронного магазина. Основные задачи, решаемые при создании электронного магазина.
3. Особенности электронной торговли в России.

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

Вопрос 1 изложен в учебном пособии [1] на с. 164-178, учебном пособии [4] на с. 168-177.

Вопрос 2 изложен в учебном пособии [1] на с. 90-99, учебном пособии [4] на с. 81-86.

Вопрос 3 изложен в учебном пособии [1] на с. 85-87, учебном пособии [4] на с. 76-78, учебнике [5] на с. 33-38.

### **Контрольные вопросы:**

1. Что такое электронный магазин?
2. Из каких основных элементов состоит электронный магазин?
3. Кто может участвовать в торгах на электронном аукционе?
4. Чем характеризуется аукцион однотипных предложений?
5. Назовите отличия интернет-витрины (WEB-витрины) от интернет-магазина.
6. Назовите отличия электронной торговой площадки от интернет-магазина.
7. Можно ли называть партнерский магазин интернет-магазином?
8. В чем состоит смысл партнерских интернет-магазинов?
9. Назовите характерные черты интернет-магазина.
10. Что представляет собой конструктор интернет-магазина.
11. Назовите основные принципы работы конструктора интернет-магазина
12. Назовите характерные признаки интернет-магазина.

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

1. Создайте партнерский магазин для электронной коммерции

## Краткие теоретические сведения

Существует множество определений интернет-магазина. Одно из определений, которое популярно до сих пор, приводится ниже.

Интернет-магазин – это веб-сайт, на котором содержится электронная витрина, представляющая каталог товаров (с возможностью поиска) и элементы интерфейса для ввода регистрационной информации, формирования заказа, проведения платежей через Интернет, оформления доставки, получения информации о компании-продавце и оперативной помощи.

Интернет-магазин содержит кроме web-витрины всю необходимую бизнес-логику для автоматического управления процессом Интернет торговли (бэк-офис).

Следовательно, чтобы считать сайт Интернет-магазином, недостаточно наличия на нем каталога товаров или услуг с указанием цен, а также возможности оставить заказ на выбранные товары. Нужно иметь средства именно on-line оплаты заказа.

Однако с 1 июля 2014 года вступил в силу ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения», в котором закреплено следующее определение:

«Интернет-магазин – часть торгового предприятия/торговой организации или торговая организация, предназначенная для предоставления покупателю посредством сети Интернет сведений, необходимых при совершении покупки, в том числе об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах и условиях оплаты и доставки, для приема от покупателей посредством сети Интернет сообщений о намерении приобрести товары, а также для обеспечения возможности доставки товаров продавцом либо его подрядчиком, по указанному покупателем адресу либо до пункта самовывоза».

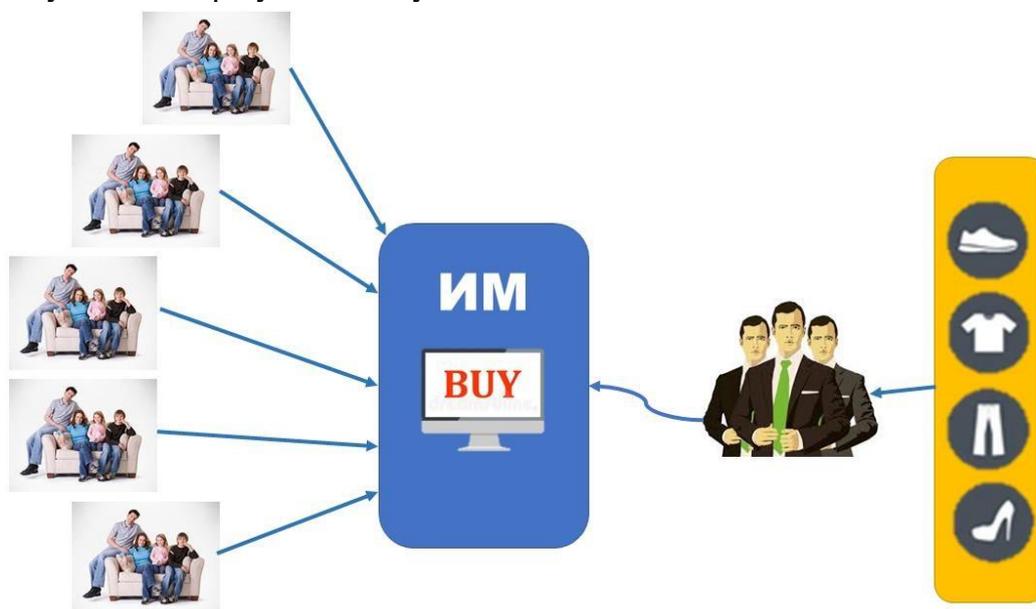


Рисунок 1 – Принцип работы Интернет-магазина (ИМ).

В соответствии с указанным определением владельцем ИМ является одна организация, которая и использует его в своем бизнесе.

Электронная Торговая Площадка (ЭТП) позволяет объединить в одном информационном и торговом пространстве поставщиков и потребителей различных товаров и услуг и предоставляет участникам ЭТП ряд сервисов, повышающих эффективность их бизнеса



Рисунок 2 – Принцип работы Торговой Интернет-площадки.

И интернет-магазин, и электронная торговая площадка могут привлекать партнеров для увеличения продаж товаров и услуг. Основная идея партнерских программ – это участие в чужих продажах. Суть подобных программ состоит в том, что продавец (владелец «партнерки») согласен разделить часть дохода от продажи товаров или услуг с владельцем того сайта (партнером, или аффилиатом), который прислал ему покупателя.

**Задание 1.** Регистрация в торговой электронной площадке ApiShops.com

1. Переходим по ссылке <http://partner.apishops.com/> и попадаем на страницу регистрации (смотри рис.1.1).



**Миллиард товаров. Бесплатная доставка по всему миру**

Создавайте с помощью сервиса ApiShops мультязычные лендинги и он-лайн магазины за 1 клик и зарабатывайте основную прибыль с продаж, привлекая клиентов



Рисунок 1.1. – Начало регистрации в ApiShops.com

2. Нажмите кнопку «Зарегистрироваться» (смотри рис.1.1). Появится окно регистрации (смотри рис.1.2).

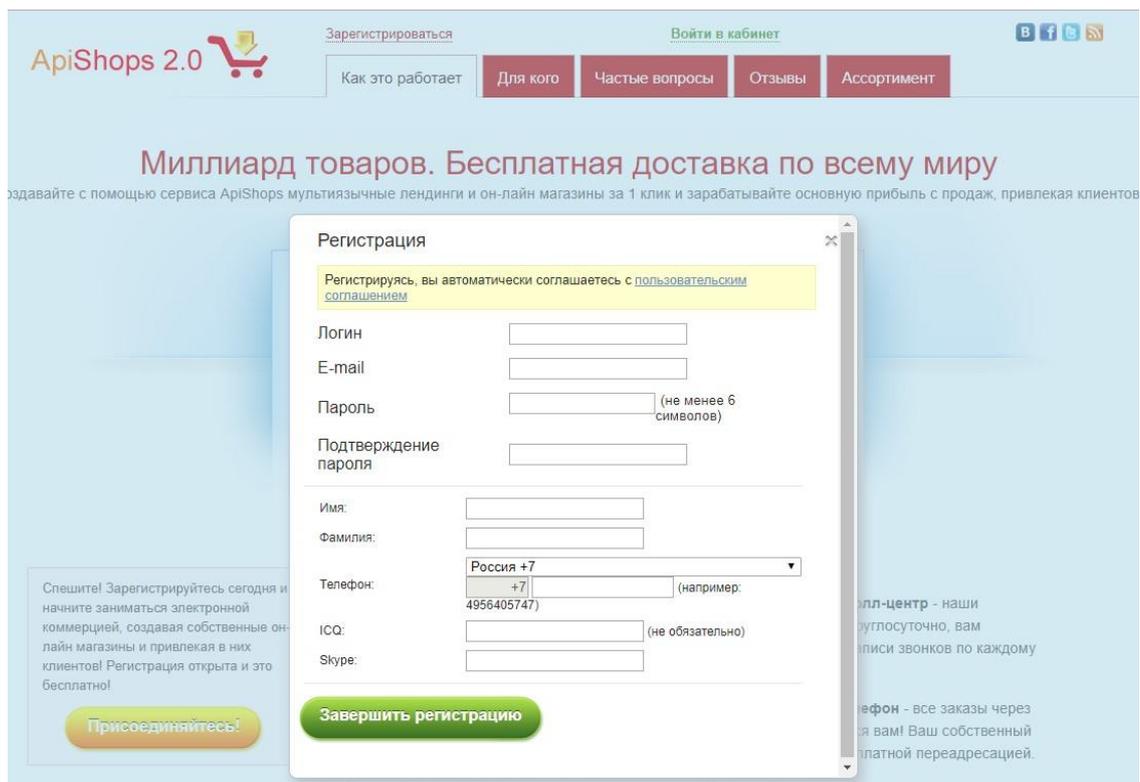


Рисунок 1.2. – Ввод данных для регистрации В предложенные поля вводим данные для регистрации.

3. После заполнения всех полей и нажатия зеленой кнопки «Завершить регистрацию» (смотри рис.1.2) появится окно подтверждения регистрации и приглашение в сервис (смотри рис.1.3).

Регистрация полностью завершена.

Вы можете войти в систему, используя свой логин и пароль.



Рисунок 1.3. – Вход в систему

Нажимаем ссылку «войти в систему»

4. Открывается окно (смотри рис.1.4), в котором вводим Логин и Пароль, придуманные при регистрации, и нажимаем кнопку «Войти».

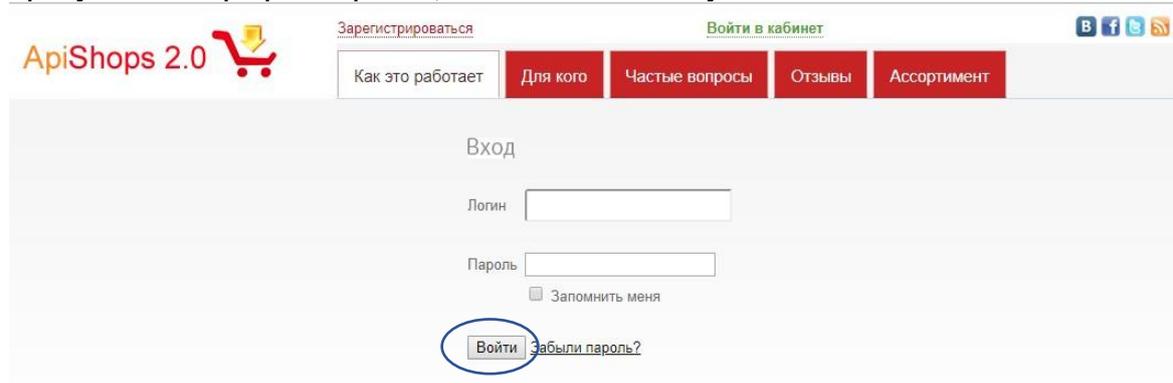


Рисунок 1.4. – Ввод данных для входа в систему

## 5. Попадаем на главную страницу торговой электронной площадки ApiShops.com (АпиШопс) (смотри рис.1.5).

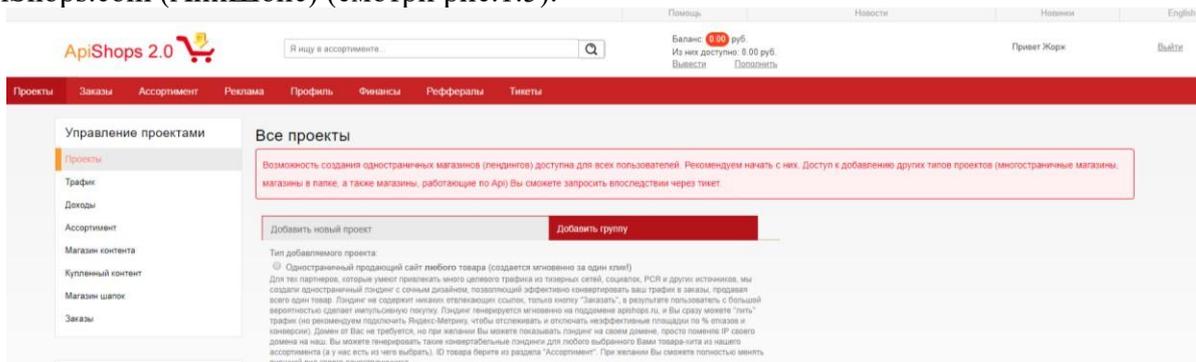


Рисунок 1.5. – Главная страница ApiShops.com

## Задание 2. Выбор товара для своего партнерского магазина на торговой электронной площадке ApiShops.com

## 6. Определяемся с товаром, который хотим рекламировать. Для этого выбираем закладку "Ассортимент" (смотри рис.2.1).

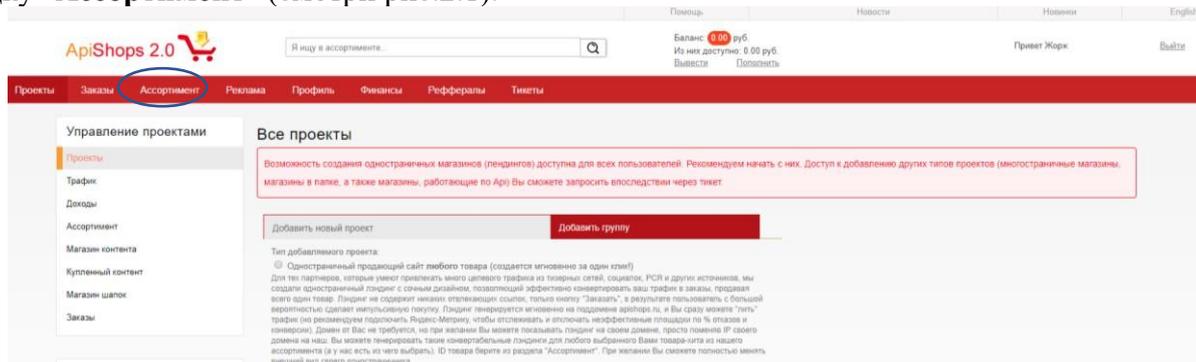


Рисунок 2.1. – Выбор закладки «Ассортимент»

## 7. Появляется окно, в котором предлагается ввести дополнительную наценку (смотри рис.2.2). Введите любое число от 10% до 50% и нажмите кнопку «ОК».

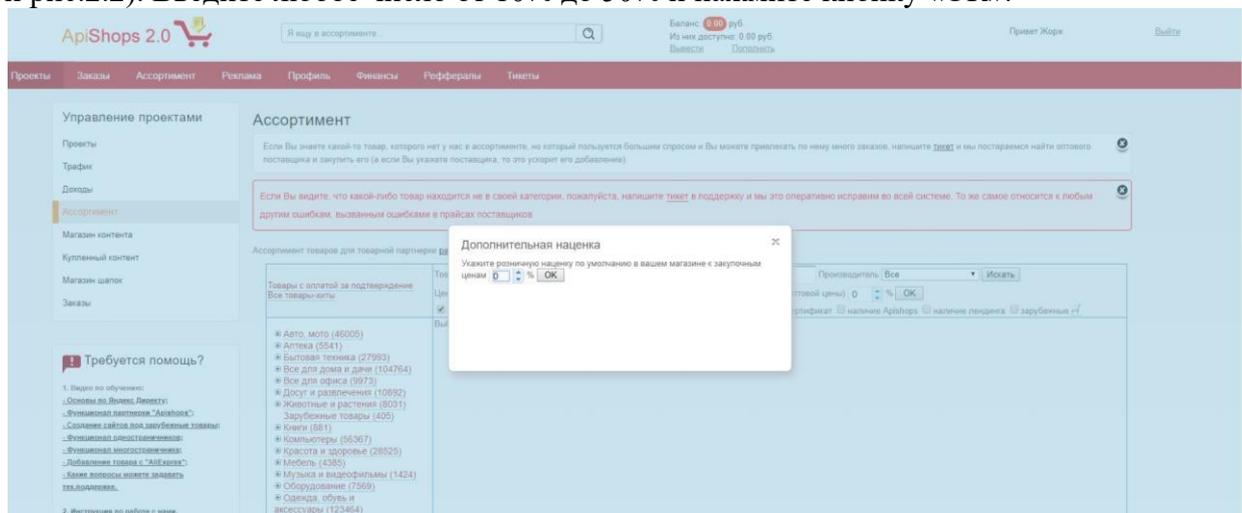


Рисунок 2.2. – Ввод размера дополнительной наценки

## 8. Открывается окно, на котором весь ассортимент торговой электронной площадки разбит на категории (смотри рис.2.3).

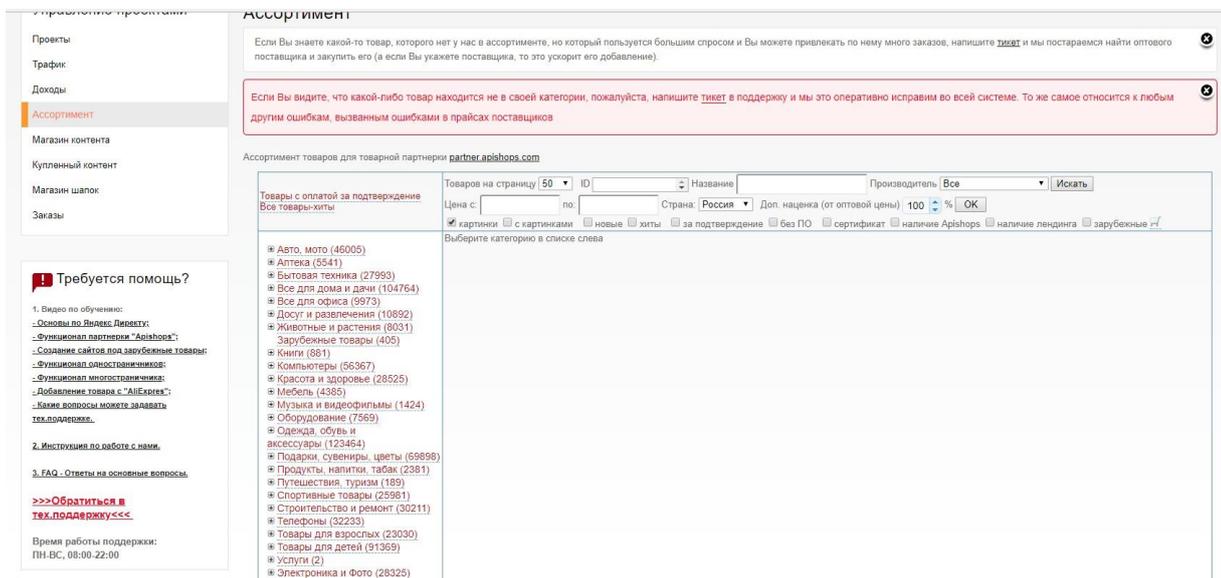


Рисунок 2.3. – Список категорий товара

9. Просматриваете категории и выбираете какой-либо понравившийся товар. Перед началом выбора лучше поставить галочку в фильтре «хиты» (смотри рис.2.4).

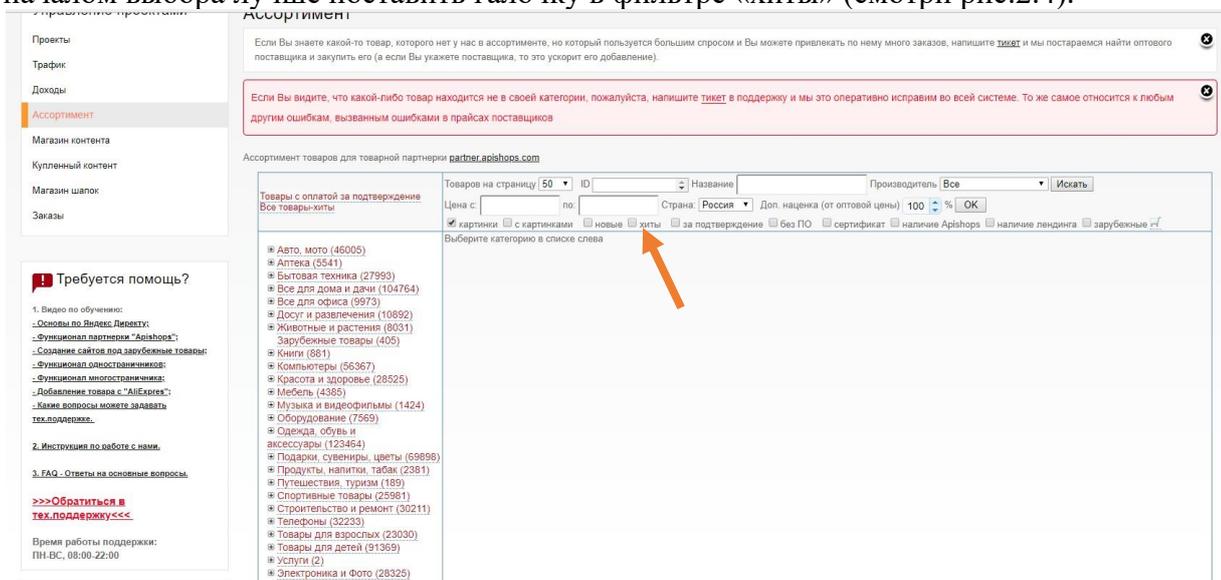


Рисунок 2.4. – Выбор фильтра «хиты»

10. При открытии выбранной категории товара появляется список товаров данной категории с рисунками и характеристиками товара (смотри рис.2.5).

**Замечание:** Запишите значение ID выбранного товара, чтобы при создании партнерского магазина быстро его найти (вторая колонка).

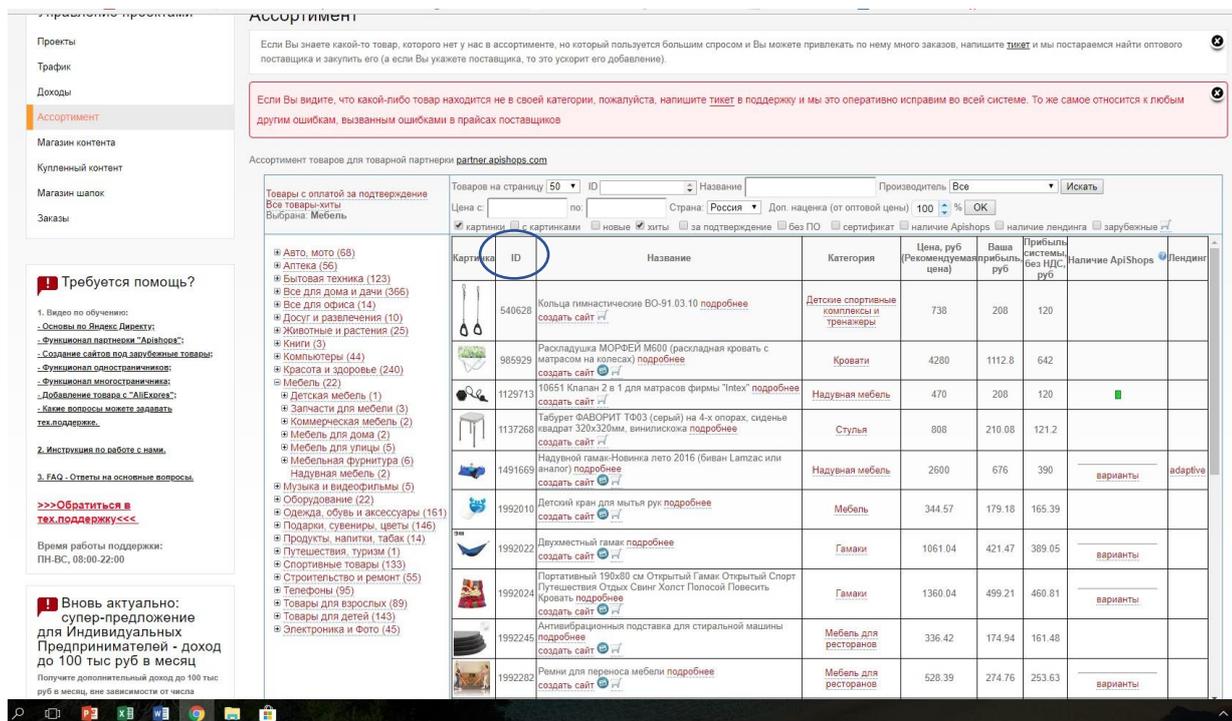


Рисунок 2.5. – Список товаров выбранной категории

**Задание 3.** Создание своего партнерского интернет-магазина на торговой электронной площадке AriShops.com

11. Для создания своего партнерского интернет-магазина (ИМ) нажмите ссылку «создать сайт» в колонке «название» напротив выбранного вами товара (смотри рис.3.1).

Картинка	ID	Название	Категория	Це (Реко
	540628	Кольца гимнастические ВО-91.03.10 <a href="#">подробнее</a> <a href="#">создать сайт</a>	Детские спортивные комплексы и тренажеры	
	985929	Раскладушка МОРФЕЙ М600 (раскладная кровать с матрасом на колесах) <a href="#">подробнее</a> <a href="#">создать сайт</a>	Кровати	
	1129713	10651 Клапан 2 в 1 для матрасов фирмы "Intex" <a href="#">подробнее</a> <a href="#">создать сайт</a>	Надувная мебель	

Рисунок 3.1. – Переход к созданию своего партнерского ИМ

12. Появляется затемненное окно с ассортиментом, и в отдельном окне предлагается ввести дополнительную наценку (смотри рис.2.2).

Повторите процедуру из п.7.

13. Открывается окно с категориями ассортимента (смотри рис.2.3).

14. Чтобы создать партнерский ИМ, выбираем в меню слева пункт "Проекты" (смотри рис.3.2)

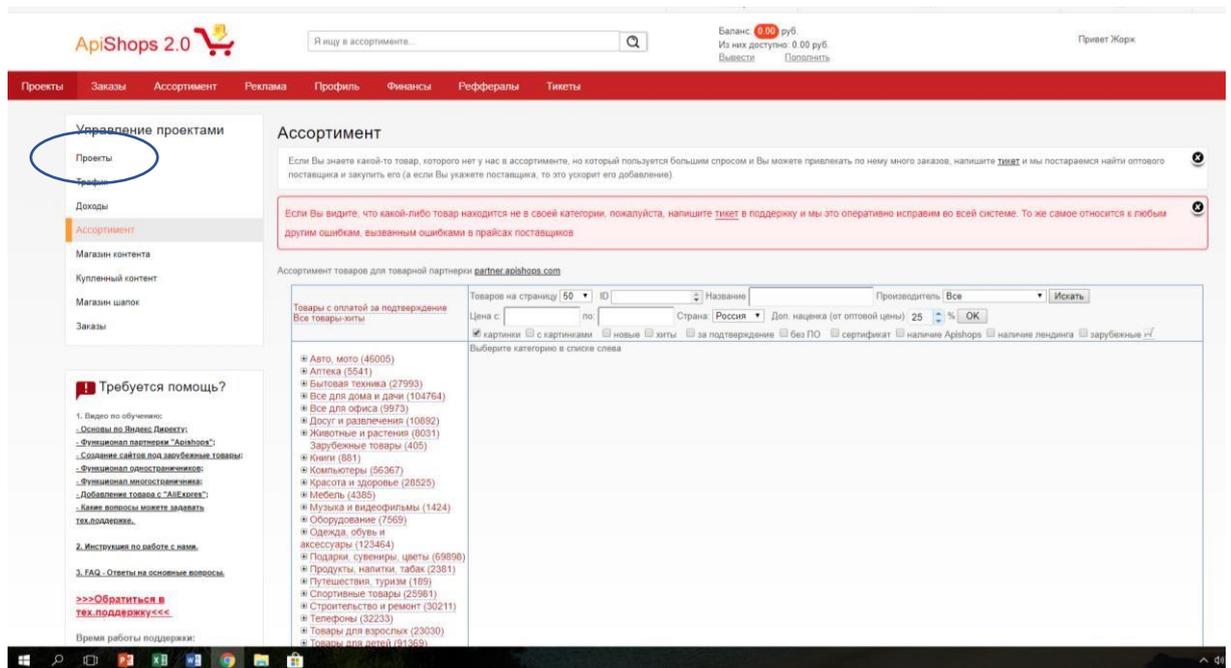


Рисунок 3.2. – Выбор пункта меню «Проекты»

15. Появляется окно «Все проекты» (смотри рис.3.3). Нажимаем на кружок под словами «Тип добавляемого проекта».

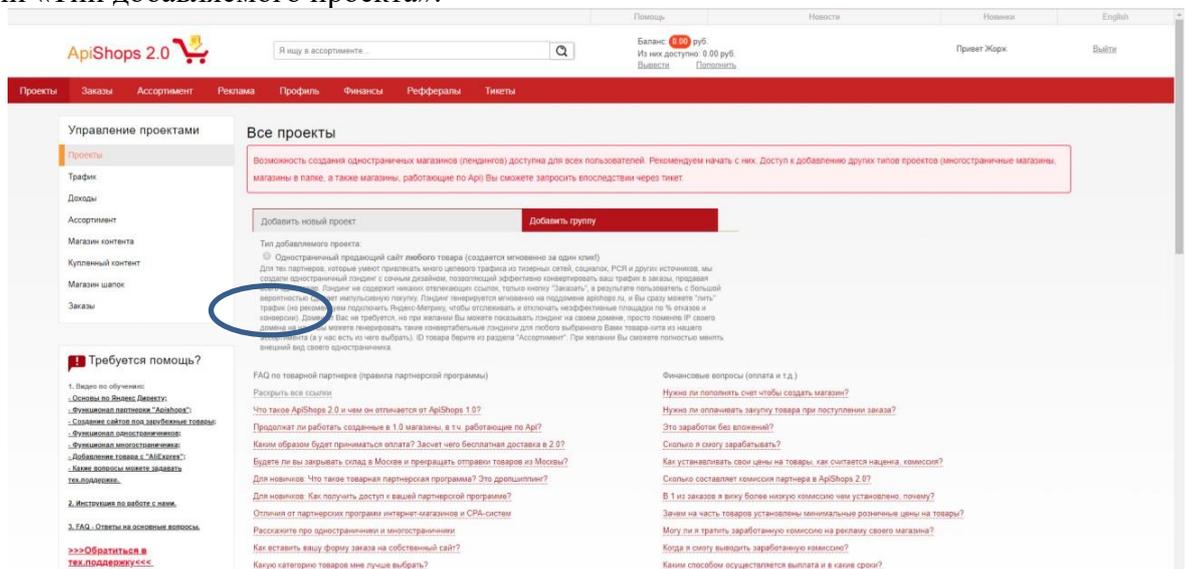


Рисунок 3.3. – Выбираем создание одностраничного ИМ

16. В появившемся окне необходимо ввести название вашего партнерского ИМ латинскими буквами (имя домена 3-го уровня) и ID выбранного вами товара из п.10 (смотри рис.3.4).

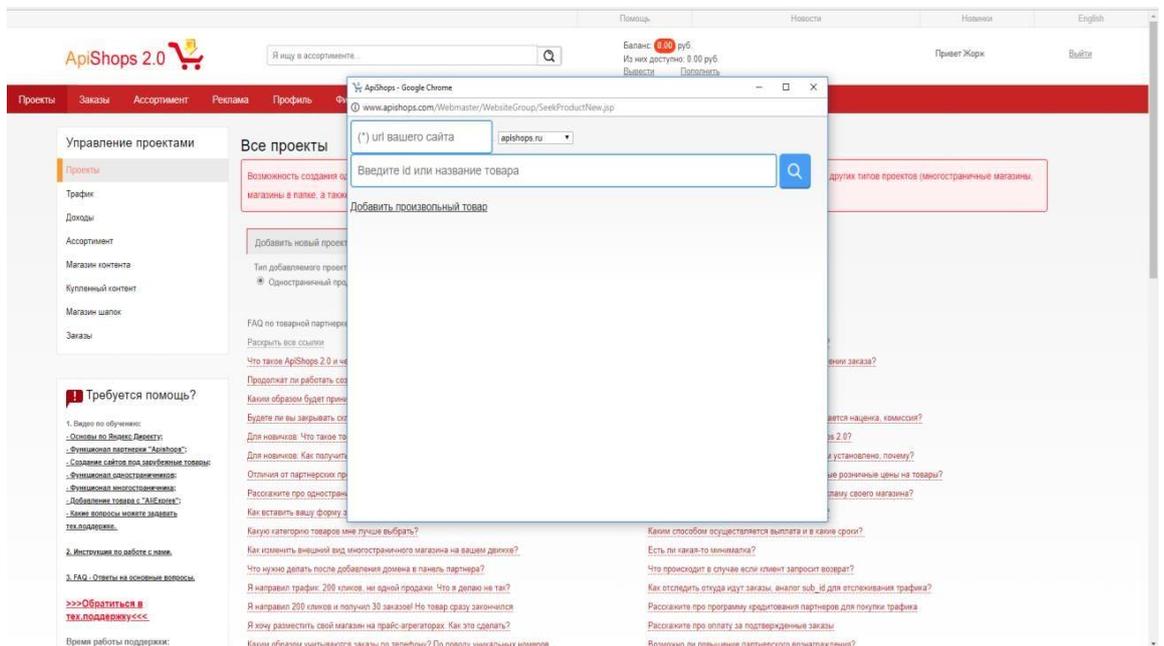


Рисунок 3.4. – Ввод данных для создания одностороннего ИМ

17. После ввода указанных в предыдущем пункте данных появляется картинка выбранного вами товара и его краткое описание (смотри рис.3.5).

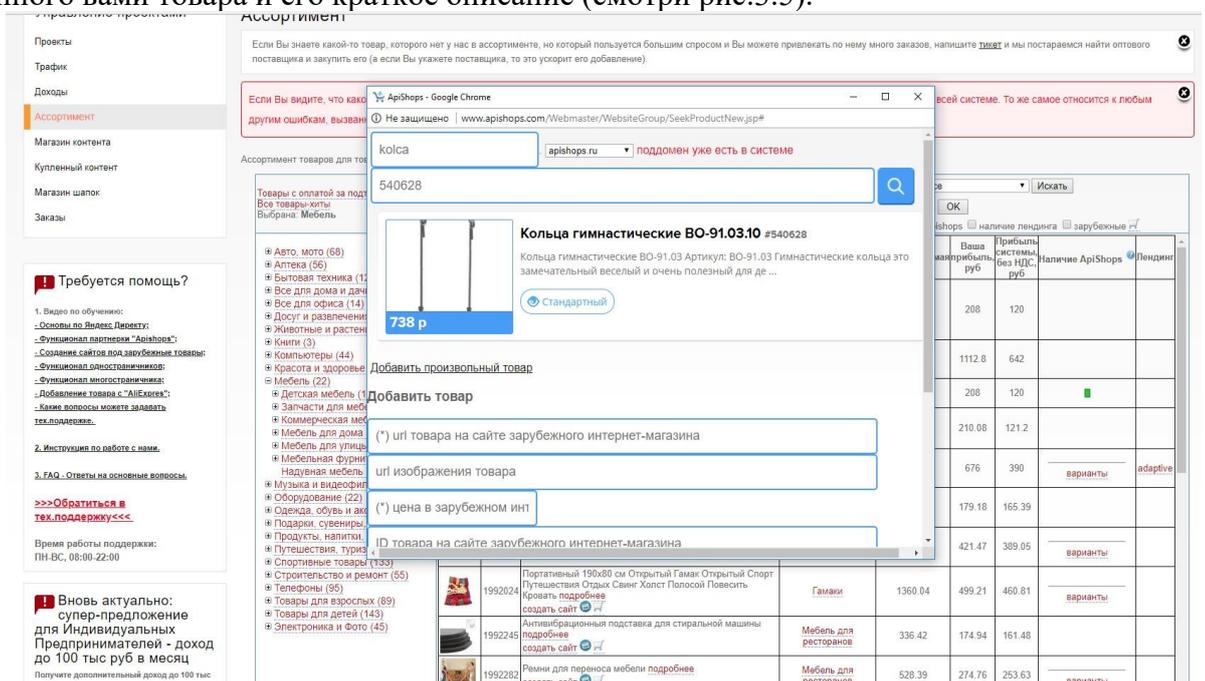


Рисунок 3.5. – Выбор шаблона для создания одностороннего ИМ

18. Нажимает на синюю кнопку с изображением глаза под кратким описанием выбранного товара (смотри рис.3.5). Появляется дополнительное окошко, где предлагается выбрать шаблон сайта для вашего партнерского ИМ (смотри рис.3.6).

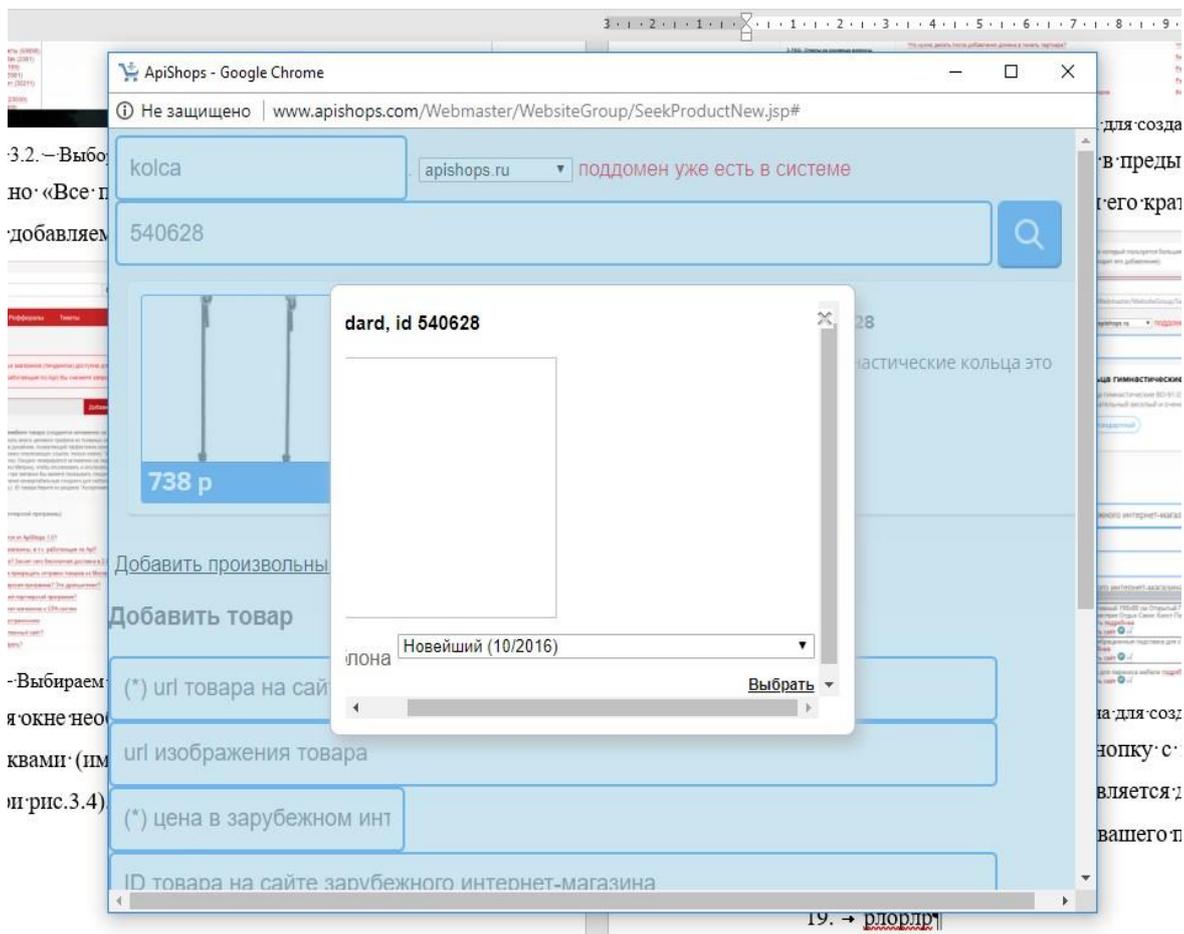


Рисунок 3.6. – Список шаблонов для создания одностраничного ИМ

19. В списке, который можно раскрыть нажатием на стрелочку справа (смотри рис.3.7).

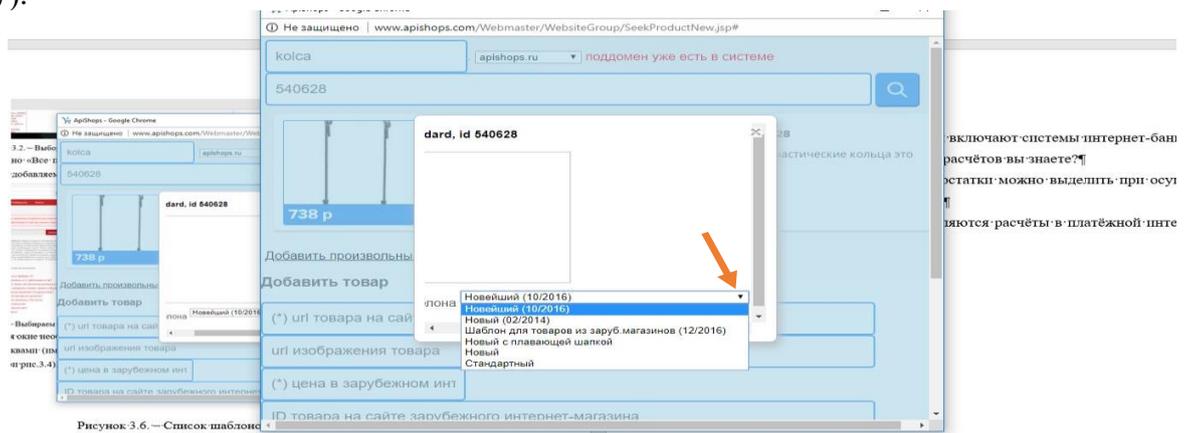


Рисунок 3.7. – Выбор типа шаблона из списка

20. Выбираем любой, кроме «Шаблон для товаров из зарубежных магазинов». Список закрывается. Нажимаем кнопку выбрать в правом нижнем углу (смотри рис.3.6).

29. Через некоторое время окошко выбора типа шаблона закроется. Если на окне (смотри рис.3.5) появится сообщение красного цвета «**поддомен уже есть в системе**», это означает, что имя, которое было вами придумано, уже существует и надо придумать что-то другое.

30. Если с именем, которое вы придумали, всё в порядке, появится следующее окно (смотри рис.3.8).

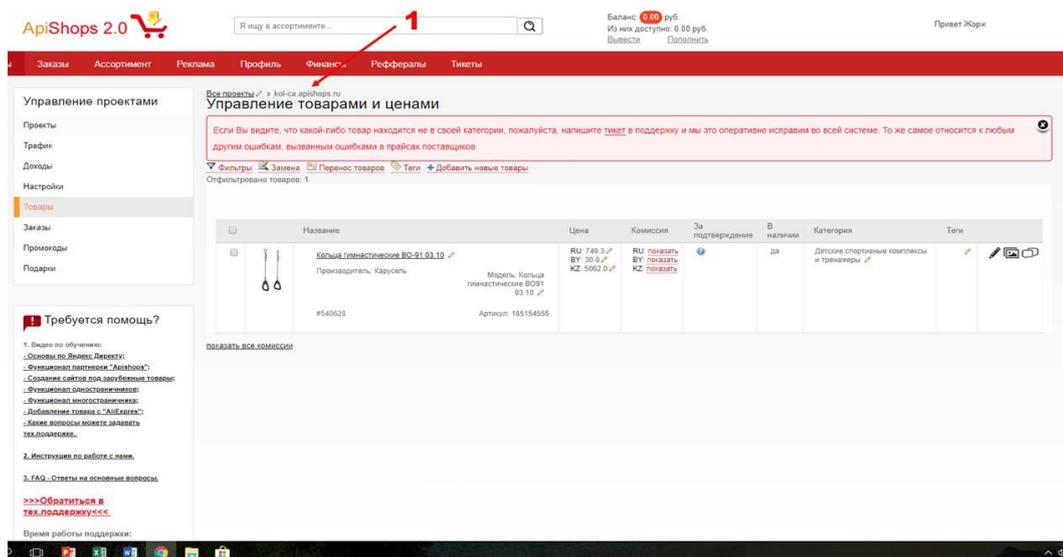


Рисунок 3.8. – Окно с созданным проектом

31. В результате у вас создан собственный партнерский ИМ с именем ИМЯ.apishops.ru. Перейти на свой сайт и посмотреть, как он выглядит, можно по ссылке (цифра 1 на рис.3.8).

**Замечание:** Ссылку надо скопировать и вставить в новое окно браузера.

### 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. 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.
  
3. Элемент, обеспечивающий работу электронного магазина и управляющий окончательным составом заказа.
  - а) электронная витрина;
  - б) каталог;
  - в) виртуальная корзина;
  - г) покупатель.
  
4. Электронный аукцион, предназначенный для продажи ограниченного количества определенного товара.
  - а) английский;
  - б) однотипных магазинов;
  - в) закрытых предложений;
  - г) двойной.
  
5. 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
6. 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.
7. 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.
8. Недостатками интернет-рекламы являются:
- а) низкие доходы российского населения;
  - б) отсутствие проработанной правовой базы;
  - в) быстрое обновление информации;
  - г) все перечисленное.
9. К электронной коммерции не относятся:
- а) платежные системы;
  - б) специализированные службы доставки;
  - в) интернет-магазины;
  - г) информационные системы предприятий.

### **ТЕМА № 3. ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

#### **Основные вопросы темы:**

1. Электронные платежные системы. Эмитенты и эквайеры. Процессинговый центр. Платежная система.
2. Кредитные и дебетовые платежные системы.
3. Микропроцессорные и пластиковые карты.

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

Вопрос 1 изложен в учебном пособии [1] на с. 179-199, учебном пособии [4] на с. 178-196, учебнике [3] на с. 161-172.

Вопрос 2 изложен в учебном пособии [1] на с. 200-214, учебном пособии [4] на с. 197-208.

Вопрос 3 изложен в учебном пособии [1] на с. 214-224, учебном пособии [4] на с. 76-78.

### **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 prepaid 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?
19. Опишите мобильные платежные системы.
20. Что такое «Мобильный кошелек»?
21. Что понимают под термином «Мобильные платежи»?
22. Дайте определение «Мобильного банка» Сбербанка России.
23. Задачи, решаемые мобильным банкингом.
24. Охарактеризуйте вендинг и работу платежных терминалов.

### **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:** Система расчетов и начислений платежей за жилищно-коммунальные услуги на региональном уровне.

**ЦЕЛЬ:** Повышение эффективности системы расчетов и платежей в организациях ЖКХ

**ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:**

- Недостаточная эффективность деятельности организаций ЖКХ в части работ по начислению и приему платы за ЖКУ, а также востребования задолженности за услуги ЖКХ
- Отсутствие единой платежной квитанции и механизмов моментального расщепления платежей
- Высокий риск нарушения сложного в исполнении и часто изменяющегося законодательства
- Сложность и высокий уровень затрат, связанных с исполнением требований 209-ФЗ о ГИС ЖКХ и 54-ФЗ об онлайн кассах
- Низкая платежная дисциплина населения

**Тесты для самостоятельной работы:**

1. Интернет-эквайринг - это
  - a) прием к оплате карт через Интернет с использованием специально разработанного web-интерфейса
  - b) простейшая возможность заработка в сети, состоит в том, что пользователи просматривают страницы интернета в течении определенного количества времени, за что получают плату
  - c) технология системы JetSwap, позволяющая получать посетителей на сайт, при этом ничего не делая, а только наблюдая за процессом
  - d) посещение веб-сайтов, поиск информации в сети Интернет
2. Функции платежной системы:
  - a) транспорт транзакции до банка-эквайера
  - b) мониторинг и управление рисками
  - c) организация доступа к детальной статистике по транзакциям
  - d) выпуск и обслуживание банковских карт
  - e) оплачивает счет торговой точки, в которой клиент с помощью карточки приобрел товары или услуги
3. Чарджбэк -
  - a) процедура опротестования транзакции банком-эмитентом в целях защиты прав плательщика
  - b) комиссионный сбор за пользование картой
  - c) выписка клиенту банка квитанций с указанием сроков и сумм задолженности
  - d) бухгалтерский учет действий по счету на пластиковой карте

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

## **ТЕМА № 4. ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

### **Основные вопросы темы:**

1. Перспективы развития технологических компонентов инфраструктуры предприятия электронного бизнеса.

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

Вопрос 1 рассмотрен в учебнике [3] на с. 186-290, учебном пособии [5] на с. 45-74.

### **Контрольные вопросы:**

1. Охарактеризуйте общее состояние инновационных технологий в розничной торговле.
2. Инновационные системы самообслуживания.
3. Что понимают под персональным помощником покупателя?
4. Охарактеризуйте систему управления наличностью.
5. Электронные ценники и их преимущества.
6. Какие данные предприятия относятся к мастер-данным?
7. Управление мастер-данными в торговле.
8. Решение для управления мастер-данными компании «Терн».
9. Опишите систему управления мастер-данными в компании X5 Retail Group.
10. Международные решения класса MDM, их характеристика.
11. Охарактеризуйте стандарты электронной логистики.
12. Что такое портал? В чем заключается отличие портала от сайта?
13. Назовите ключевые функции портала.
14. Дайте определение официального сайта государственного органа. Перечислите основные принципы обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов.
15. Какая информация должна содержаться на портале государственного органа и органа местного самоуправления?
16. Охарактеризуйте основные блоки методики анализа государственного портала.
17. Что такое модель GOMS?
18. Что такое электронная подпись? Какие виды электронных подписей вы можете назвать?
19. Можно ли считать адрес отправителя входящего электронного письма простой электронной подписью отправителя?
20. В чем отличие квалифицированной и неквалифицированной электронных подписей?
21. Какие бывают физические носители электронной подписи?
22. Какие преимущества дает использование электронной подписи для юридических лиц?
23. Какие преимущества дает использование электронной подписи для физических лиц?
24. Каким способом можно существенно повысить безопасность сайта?

25. Как называется работа по нахождению недочетов в коде сайта и всем программном обеспечении сервера.

26. Какие действия включает в себя комплексный аудит?

27. От какого главного фактора зависит риск взлома сайта?

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

1. Получите навыки использования сервисов для проведения аудита сайтов на безопасность

### **Краткие теоретические сведения**

Аудит безопасности сайта (проверка сайта на уязвимости) — ряд процедур, нацеленных на обеспечение стабильной работы веб-ресурса, безопасности данных и снижения рисков.

Ни для кого не секрет, что экономическая ситуация сейчас диктует новые правила, в том числе и в конкурентной борьбе. Если раньше «война технологий», кибершпионаж и деструктивные действия были, в основном, уделом больших корпораций или целых государств, то теперь эти методы вполне успешно применяются в малом и среднем бизнесе. Сайты оффлайн компаний пока оставим в стороне, а сегодня поговорим про коммерческие вебсайты, чей основной доход связан с интернет деятельностью.

Аудит безопасности сайта — это комплекс работ по выявлению ошибок в коде сайта и программном обеспечении сервера, воспользовавшимися которыми злоумышленники могут атаковать и взломать сайт.

В наше время мировая экономическая ситуация происходит в режиме конкурентной борьбы. Если несколько лет назад кибершпионажем и различными атаками занимались огромные корпорации или целые страны, то в настоящее время эти методы применяются и в малом бизнесе.

Аудит безопасности веб – сайта – это работа по нахождению недочетов в коде сайта и всем программном обеспечении сервера, которыми могут воспользоваться хакеры при взломе сайта. Мотивы взлома сайта могут быть различны. Злоумышленники делают это либо по определенному заказу, для поиска личной выгоды или просто от нечего делать.

Риски при взломе сайта просто огромны. Они напрямую оказывают влияние на приносимый доход фирмы. Но имеется еще и прямая угроза, например, для интернет – магазинов или электронных бирж. Это обширная клиентская база, которая хранит в себе логины, пароли, реквизиты банковских карт для повторных покупок. С помощью этой информации мошенники могут легко выводить средства с банковских карт обычных людей.

Интернет – воров можно поделить на два вида. Одни взламывают сайт и берут оттуда все, «что плохо лежит», пользуются информацией в своих целях и размещают несанкционированный спам или рекламу. Если своевременно проводить аудит безопасности, таких неприятностей можно избежать.

Ко второй категории можно отнести злоумышленников, которые идут на конкретную цель. Им нужно либо получить данные клиентов, либо уничтожить сайт полностью. В этом случае атаки будут производиться с завидной регулярностью, пока хакеры не добьются желаемого результата, путем подбора паролей, логинов, искать различные уязвимости сайта.

Аудит безопасности сайта – способ получения адекватной оценки степени защищенности ресурсов, получение полной информации о найденных уязвимостях и рекомендации по их устранению. Это не прекращаемый, постоянный процесс по обеспечению безопасности всех веб – ресурсов фирмы, сохранение деловой репутации и обеспечение сохранности всех личных данных.

Существенно повысить защищенность сайта может помочь комплексный аудит безопасности, как правило включающий в себя следующие действия:

- поиск уязвимостей серверных компонентов;
- поиск уязвимостей в веб-окружении сервера;
- проверка на удаленное выполнение произвольного кода;
- проверка на наличие инъекций (внедрение кода);
- попытки обхода системы аутентификации веб-ресурса;
- проверка веб-ресурса на наличие «XSS» / «CSRF» уязвимостей;
- попытки перехватить привилегированные аккаунты (или сессии таких аккаунтов);
- попытки произвести Remote File Inclusion / Local File Inclusion;
- поиск компонентов с известными уязвимостями;
- проверка на перенаправление на другие сайты и открытые редиректы;
- сканирование директорий и файлов, используя перебор и «google hack»;
- анализ поисковых форм, форм регистраций, форм авторизации и т.д.;
- проверки ресурса на возможность открытого получения конфиденциальной и секретной информации;
- атаки класса «race condition»;
- внедрение XML-сущностей;
- подбор паролей.

Для больших предприятий не стоит ждать нападения мошенников – нужно заказать аудит безопасности у профессионалов, которые в короткие сроки покажут вам слабые места вашего сайта и обеспечат надежную защиту.

В нашем же случае для частного использования будет достаточно проверенных онлайн сервисов для проверки безопасностей сайтов.

Рассмотрим несколько таких сервисов.

**Веб-сканер CY-PR.com** (<https://www.cy-pr.com>).

CY-PR.com - ведущий SEO-портал Рунета, обеспечивающий максимально оперативный, точный и комплексный анализ сайта. Чтобы получить исчерпывающий отчет по характеристикам нужного домена, достаточно ввести его в строку анализа и нажать соответствующую кнопку. После этого вы познакомитесь с результатами всестороннего анализа предложенного доменного имени.

Данный анализ раскроет название, описание и ключевые слова вебресурса, скорость работы сайта, текущий статус домена, дату его регистрации и сведения о регистраторе. С помощью сервиса вы получите информацию о собственнике сайта (Whois); узнаете о свободных доменах в других доменных зонах, точном показателе Яндекс ТИЦ и Alexa Rank; выясните, присутствует ли ресурс в DMOZ (ODP) и Яндекс.Каталоге. CYPR.com продемонстрирует видимость сайта в поисковиках и подсчитает точное число его проиндексированных страниц в Гугл, Яндекс и других популярных поисковых системах. Помимо этого, вам откроется полная статистика посещаемости сайта, география его посетителей, количество обратных ссылок на анализируемый проект.

Комплексный анализ продемонстрирует историю и кэш сайта, проверит валидность CSS- и HTML-кода, предоставит важные сведения о ресурсах конкурентах и т.п. Словом, анализ сайта с помощью нашего сервиса является по-настоящему исчерпывающим, не требующим уточнений. У нас вы можете проверить любой сайт - свой и конкурента. Просто введите нужный URL-адрес в строку анализа и буквально сразу же вы получите результаты комплексного анализа интересующего сайта.

**Веб-сканер QUTTERA** (<http://quttera.com>).

Выполняет поиск вредоносного кода на страницах, используя бессигнатурный анализ. То есть обладает некой эвристикой и выполняет динамический анализ страниц, что позволяет обнаруживать 0-day угрозы. Из приятных особенностей стоит отметить возможность проверки сразу нескольких страниц сайта, поскольку проверять по одной не всегда эффективно.

Хорошо обнаруживает угрозы, связанные с загрузкой или размещением троянов, завирусованных исполняемых файлов.

Ориентирован на западные сайты с их характерными заражениями, но часто вырывает и при проверке зараженных сайтов интернета. Поскольку сервис бесплатный, есть очередь на обработку задач, поэтому придется немного подождать.

### Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Знакомство с интернет сервисами для проверки безопасности сайта на примере веб-сканер CY-PR.com.

1. Зайдите в «веб-сканер CY-PR.com» по ссылке <https://www.cypr.com/a/>

**ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ:** данное соединение является защищенным (при использовании HTTPS – это обычный HTTP, работающий через шифрованные транспортные механизмы SSL и TLS. Он обеспечивает защиту от атак, основанных на прослушивании сетевого соединения — от sniffерских атак и атак типа man-in-the-middle при условии, что будут использоваться шифрующие средства и сертификат сервера проверен и ему доверяют).

2. Перед вами открывается страница на главную страницу сайта, на главной странице можно как произвести идентификации пользователя в системе, так и проверить сайт без регистрации.



3. Для проверки любого сайта достаточно просто ввести адрес в строку ввода и нажать «Анализ» Для этого примера давайте проверим сайт собственного веб сканера.

4. Перед вами откроются следующие сведения. Общие сведения о создании сайта, регистрации домена и его владельце Первый блок результатов нашего комплексного анализа сайта содержит базовую информацию о вебресурсе: кем является владелец сайта, какая точная дата регистрации домена, текущий ip-адрес, на котором находится сайт, его DNS-сервера и т.д. К полезным сведениям этого блока также нужно отнести актуальную информацию о заголовке (Title) и описании (Description) ресурса.

Анализ сайта [www.cy-pr.com](http://www.cy-pr.com)

Анализ сайта [www.cy-pr.com](http://www.cy-pr.com)  
 Обновлено: 3 дня назад  
[Обновить](#)

[www.cy-pr.com](http://www.cy-pr.com) | WHOIS

Владелец: У домена минимум второй владелец  
 Регистратор: PDR LTD. D/B/A PUBLICDOMAINREGISTRY.COM  
 Статус: clientTransferProhibited  
 Дата первой регистрации: ранее 2007 года  
 Дата текущей регистрации: 2008-09-29 [2879 дней назад]  
 Дата окончания: 2017-09-29 [через 408 дней]

Заголовок: Анализ сайта, проверка ТИЦ и PR, позиции в Яндекс и Google  
 Описание: Проверить ТИЦ и PR, seo анализ сайтов, проверка позиций в Яндекс и Google. Seo оптимизация, продвижение сайта. Whois сервис. Форум для веб-мастеров.  
 Ключевые слова: анализ сайт cy seo проверка позиций тиц rg позиции позиции сайта проверка тиц проверить оптимизация проверка rg проверка pr проверка rg тиц проверка тиц rg проверка pr whois проверка тиц пр яндекс тиц google rg pagerank сервис whois информация о доменах каталог dmoz каталог яндекс анализ доменов позиции сайта массовая проверка оптимизация склейка доменов информеры для сайтов счетчик тиц и rg сайты топ Проверка скорости интернета

IP адрес сервера: [91.202.63.7](http://91.202.63.7)  
 Сервер расположен в: [Виргинские острова, Британские](#)  
 DNS сервера:  
[ns1.hosting.xlhost.com](http://ns1.hosting.xlhost.com)  
[ns2.hosting.xlhost.com](http://ns2.hosting.xlhost.com)

Оценка: [4.37](#) / Отзывы: [69](#)  
 Адрес этой страницы:  
<http://www.cy-pr.com/a/www.cy-pr.com>



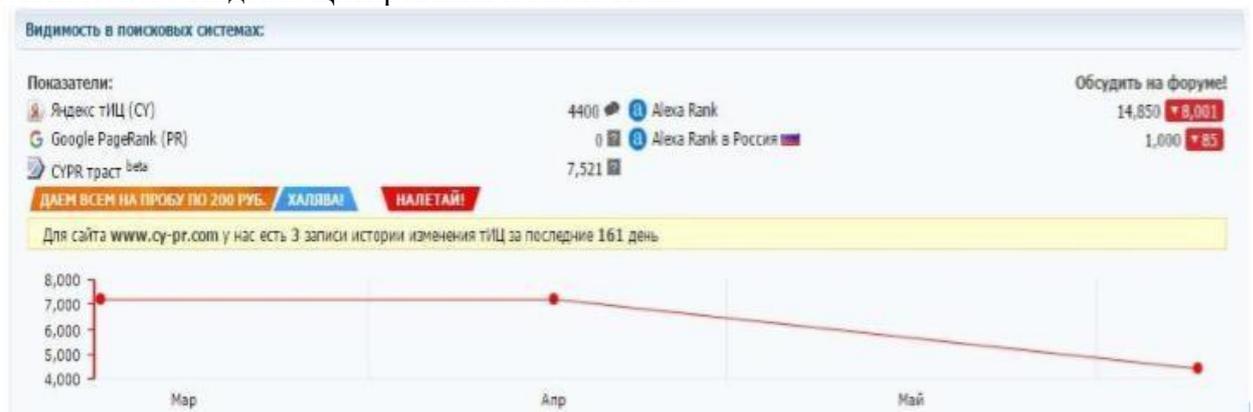
Скриншот от CY-PR.com

**КОМПЛЕКСНАЯ РАСКРУТКА САЙТОВ**

Помимо этого, начальный фрагмент анализа сайта содержит весьма полезную кнопку обновления. Ее нажатие позволит обновить все результаты анализа с учетом последних изменений в жизнедеятельности ресурса.

### **Видимость сайта в поисковых системах Гугл и Яндекс**

Далее следует самый информативный блок результатов анализа, демонстрирующий авторитетность и популярность сайта в сети Интернет. Так, исследование покажет, какой текущий ТИЦ у сайта, его место в рейтинге Alexa Rank, а также траст по мнению CY-PR.com. Необходимо отметить, что наш анализ сайта дает возможность проследить динамику изменений этих показателей за определенный отрезок времени. В частности, история изменения показателей в графическом виде и цифровых значениях предусмотрена для тематического Индекса Цитирования и Alexa Rank.



### **Внешние ссылки и проиндексированные страницы**

Следующая группа анализируемых показателей включает в себя внешние ссылки на сайт, а также страницы в индексе Гугл и Яндекс. Благодаря бесплатному сервису вашему вниманию будет представлено не только текущее количество бэклинков и страниц в поиске, но и детальная история индексирования веб-ресурса, приобретения им входящих ссылок (см. переключатель на графике).



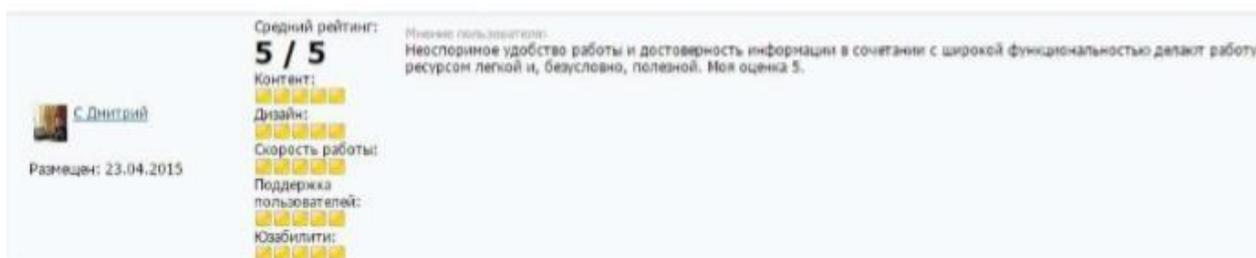
Как видно на рисунке выше, точность определения числа внешних ссылок достигается благодаря тому, что комплексный анализ сайта опирается на сведения разных независимых друг от друга источников - Linkpad, Majestic и Semrush. Сравнительный анализ данных каждого из них позволяет сложить более полное представление о ссылочном профиле исследуемого ресурса.

### Поиск вредоносного кода и вирусов на сайте

В структуре результатов анализа сайта отдельным блоком выделена проверка вирусов и вредоносного кода, которые могут навредить ресурсу. При этом поиск вирусов на сайте проводится в связке с определением его наличия в реестре запрещенных сайтов РФ и других подобных базах.



5. Помимо сказанного, комплексный анализ сайта при помощи CYPR.com содержит и другую полезную для каждого веб-мастера и оптимизатора информацию. Например, только у нас вы сможете найти уникальные отзывы пользователей об анализируемом проекте. Комплексную оценку сайта в глазах целевой аудитории формируют 5 взаимосвязанных критериев: дизайн, контент, скорость работы и поддержка пользователей.



Как видно, проанализировать сайт на данном сервисе можно без особых сложностей.

6. После проведения самостоятельного анализа любого выбранного сайта по выявленным выше критериям, и заполните таблицу, приведенную ниже, затем вставьте ее в отчет. Также укажите ссылку анализируемого сайта.

**Задание 2.** Знакомство с интернет сервисами для проверки безопасности сайта и выявление критериев безопасности по двум предложенным сервисам.

1. Зайдите на страницы сервисов веб-сканера ReScan.pro (<https://rescan.pro>) и QUTTERA(<http://quttera.com>)
2. Произведите проверку любого интернет ресурса в этих двух сервисах.
3. Выявите критерии проверки и оценки безопасности данных интернет сервисов.
4. Заполните таблицы по данным сервисам (пример выше), укажите ссылки на анализируемые сайты перед таблицей.
5. Сделать вывод по результатам проверки и вставить в отчет

<b>Критерий оценки безопасности</b>	<b>Полученные данные</b>

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

1. Какие информационные сети используются в корпоративных информационных сетях
  - a) Локальные LAN (Local Area Net)
  - b) Региональные масштаба города MAN (Metropolitan Area Network)
  - c) Глобальная (Wide Area Network)
  - d) Торговые сети - ETNs (Electronic Trading Networks)
  - e) Автоматизированные торговые сети ECN (Electronic Communication Network)
  - f) Сети железных дорог
  - g) Сети автомобильных дорог
  
2. Виртуальное предприятие - это
  - a) Иерархическое объединение различных предприятий.
  - b) Корпоративное объединение различных предприятий.
  - c) Сетевое объединение на основе электронных средств связи нескольких традиционных предприятий, специализирующихся в различных областях деятельности.
  - d) Не существующее предприятие.
  
3. Задан адрес сервера Интернета: [www.mipkro.ru](http://www.mipkro.ru). Каково имя домена верхнего уровня?
  - a) [www.mipkro.ru](http://www.mipkro.ru)
  - b) [mipkro.ru](http://mipkro.ru)
  - c) [ru](http://ru)
  - d) [www](http://www)
  
4. Сети, объединяющие компьютеры в пределах одной отрасли, корпорации:
  - a) локальные
  - b) региональные
  - c) корпоративные
  - d) почтовые
  
5. Организация-владелец узла глобальной сети:
  - a) хост-компьютер (узел)
  - b) провайдер
  - c) сервер
  - d) домен

6. Выберите из предложенного списка IP-адрес:

- a) 193.126.7.29
- b) 34.89.45
- c) 1.256.34.21
- d) edurm.ru

7. Базовый стек протоколов Интернет - это

- a) TCP/IP
- b) FTP
- c) HTTP
- d) USENET

## **ТЕМА № 5. СТАНДАРТЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

### **Основные вопросы темы:**

1. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.
2. Стандарты взаимодействия с пользователем мобильных средств связи.

WAP-спецификация.

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

Вопрос 1 рассмотрен в учебном пособии [1] на с. 52-68, учебнике [3] на с. 288-289.

Вопрос 2 рассмотрен в учебном пособии [1] на с. 140-146, учебнике [3] на с. 199-232.

### **Контрольные вопросы:**

1. В каком году в России начали действовать электронные платежные системы?
2. Дайте краткую характеристику мобильным операционным системам Android и iOS.
3. Охарактеризуйте аппаратные устройства на основе операционных систем Android и iOS.
4. Опишите технологии и стандарты сетей сотовой связи поколений 2G и 2,5G.
5. Опишите технологии и стандарты сетей сотовой связи поколения 3G.
6. Опишите технологии и стандарты сетей сотовой связи поколений 3,5G и 3,75G.
7. Дайте общую характеристику беспроводных сетей передачи данных.
8. Опишите технологии и стандарты сетей поколения 4G.
9. Технологии электронного обмена данными (EDI).
10. Технологии управления знаниями (KM).
11. Технологии и системы Workflow.
12. Корпоративные информационные системы и их роль в виртуальных предприятиях.
13. Стандарты корпоративных информационных систем.
14. ERP-системы.
15. CALS-технологии и CALS-система виртуального предприятия.

## 16. Стандарты CALS-технологий.

### Тесты для самостоятельной работы:

1. ERP - это
  - a) система планирования ресурсов предприятия
  - b) система планирования производственных ресурсов
  - c) система электронного документооборота
  - d) система планирования потребностей в материальных ресурсах
2. MRP - это
  - a) стандарт корпоративной ИС
  - b) программное обеспечение для рабочих групп
  - c) система электронного документооборота
  - d) PLM-система
3. Система управления внутренними ресурсами и внешними связями предприятия - это
  - a) ERP II
  - b) MRP II
  - c) SCM
  - d) CSPR
4. SCM-система – это система
  - a) управления цепочками поставок
  - b) управления взаимоотношениями с клиентами
  - c) управления корпоративными знаниями
  - d) управления продажами
5. CRM-система – это система
  - a) управления взаимоотношениями с клиентами
  - b) управления цепочками поставок
  - c) управления корпоративными знаниями
  - d) управления продажами
6. BMS-система - это
  - a) система управления бизнесом
  - b) система планирования ресурсов предприятия
  - c) система управления продажами
  - d) система управления корпоративными знаниями
7. Создание интегрированной среды коллективной работы для ВП требует создания
  - a) распределенной корпоративной информационной системы
  - b) виртуальной корпоративной сети
  - c) ведомственной сети
  - d) кластерной сети
8. Интеграция с инструментами электронного бизнеса предусмотрено в корпоративных ИС класса
  - a) ERP II
  - b) MRP II
  - c) SCM
  - d) CSPR

9. ИСО - это

- a) международная организация по стандартизации
- b) принципы всеобщего управления качеством
- c) стандарт качества
- d) рекомендации по построению системы качества

10. PDM - это

- a) управление данными об изделии
- b) управление проектированием изделия
- c) управление проектной группой
- d) в перечисленном нет правильного ответа

11. EDIFACT- это:

- a) протокол глобальных сетей
- b) стандарт электронного обмена данными
- c) протокол частных сетей
- d) стандарт международной торговли