1. **Охарактеризуйте понятие «Электронный бизнес». Охарактеризуйте основные различия аграрной, индустриальной и цифровой экономик:**Электронный бизнес — это комплексная или локальная автоматизация бизнес-процессов на основе интеграции передовых достижений в области экономики, математики, физики, информационных и телекоммуникационных технологий, систем и сетей.
2. Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес-модели.
3. Потребительская ценность и подходы к ее формированию. Основные элементы бизнес-модели.
4. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей.
5. Инновации и построение бизнес-моделей.
6. Формирование ценности и трансформация бизнес-моделей в условиях цифровизации экономики.
7. Модели бизнеса и бизнес-модели в digital-среде (Интернет и мобильные коммерческие сети).
8. Структура интернет-рынка и основные бизнес модели.
9. **Электронная коммерция. Охарактеризуйте основные этапы развития Интернет и опишите открывшиеся возможности, которые дал каждый этап для электронной коммерции.**  
   Электронная коммерция - совокупность большого числа бизнес-моделей, декларирующих в качестве цели получение прямой экономической выгоды от реализации товаров или оказания услуг и обладающих общей существенной чертой: основные бизнес-операции осуществляются путем передачи данных посредством телекоммуникационных сетей, включая Интернет. Под это определение попадают все финансовые и торговые транзакции, совершенные при непосредственном участии компьютерных сетей, и все вспомогательные бизнес-процессы, поддерживающие их исполнение.
10. Роль электронной коммерции в современном мире. Что понимается под электронной коммерцией?
11. Что понимается под электронной торговлей и каковы ее отличия от электронной коммерции?
12. Охарактеризуйте основные элементы инфраструктуры электронной коммерции. Охарактеризуйте основные модели электронной коммерции
13. Охарактеризуйте субъекты и объекты электронной коммерции. Охарактеризуйте основные процессы и бизнес-операции электронной коммерции.
14. Основные направления интернет–торговли и уровень их развития в России.
15. **B2C (бизнес-клиенту)**  
    B2C(Business-to-Consumer) – вид электронной коммерции, подразумевающий осуществление сделок между юридическими и физическими лицами. Чаще всего речь идет о розничной торговле через Интернет. Это могут быть специализированные порталы продавцов, электронные торговые площадки или адресные рассылки. В результате клиенты получают возможность, не выходя из дома, выбирать и оплачивать товары на основе конкурентных предложений продавцов. Продавцы сокращают товарные запасы и ускоряют оборот, уходя от затрат на содержание торговых помещений и персонала, а также напрямую получают информацию о потребительских предпочтениях.
16. **B2B (бизнес-бизнесу)**  
    B2B(Business-to-Business) – подразумевает осуществление сделок между предприятиями (юридическими лицами и предпринимателями). Технически такое взаимодействие обычно осуществляется на базе специализированных открытых интернет-платформ со стандартным набором инструментов и правил. Интерактивные базы данных позволяют не только обеспечить большой объём предложения, но и отслеживать процесс исполнения заказа. К сделкам «B2B» часто относят организацию оптовых поставок товара и размещение заказов на производственных предприятиях.
17. **B2G (бизнес-государству)**  
    B2G (Business-to-Government) – подразумевает осуществление сделок между экономическими субъектами (юридическими лицами) с одной стороны и государственными (муниципальными) органами управления с другой. В широком смысле данное понятие включает в себя любые платные услуги, оказываемые экономическими субъектами государственным или муниципальным учреждениям с использованием электронного обмена данными. Примером может служить портал госзакупок РФ.  
    Согласно нормам действующего законодательства сделки B2G осуществляются в форме конкурсов, тендеров или котировок. В качестве преимуществ B2G можно выделить крупные размеры сделок, высокую платежеспособность покупателя и имиджевость заключаемых контрактов. Для этого вида бизнеса существуют довольно высокие входные барьеры, преодолеть которые под силу только очень крупным компаниям.
18. **C2C (клиент-клиенту).**  
    С2С (Consumer-to-Consumer) – вид электронной коммерции, подразумевающий осуществление сделок между физическими лицами. Обычно это связано с торговлей через электронные доски объявлений ( «Avito» и др.) или на электронных торговых площадках («Meshok», «eBay», «Delcampe» и др.).
19. Интернет-аукционы. Электронные платежные площадки.
20. Охарактеризуйте основные типы мобильных приложений. Приведите примеры их реализации для электронной коммерции.
21. Охарактеризуйте понятие «электронная социальная сеть». К какому поколению Интернет эти ресурсы относятся? Приведите примеры использования социальных сетей в электронной коммерции.
22. Влияние информационной системы на организацию. Информационная интенсивность организации
23. Стратегические информационные системы.
24. Корпоративные информационные системы.
25. Аналитические информационные системы.