

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

РАССМОТРЕНО

методической комиссией
протокол № 10 от 20.06.2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор КГБПОУ «Красноярский колледж
отраслевых технологий и
предпринимательства»

_____/Н. В. Журова/
Приказ № 01-61-1П от 30.06.2025 г.

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

38.02.08 Торговое дело

на базе основного общего образования

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ОП.04 Автоматизация торгово-технологических процессов

Зам. директора по УР _____/Миля Е.В. /
Подпись

Красноярск, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
2. Общие рекомендации по выполнению и оформлению практических занятий.....	4
3. Методика проведения практических занятий.....	4
4. Содержание практических занятий.....	5

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Методические указания к проведению практических занятий по учебной дисциплине ОП.04 Автоматизация торгово-технологических процессов, предназначены для обучающихся СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Уровень профессиональной подготовки по специальности 38.02.08 Торговое дело, определяемый ФГОС СПО, предусматривает владение практическими навыками выбора материалов для профессиональной деятельности.

Особое значение практические занятия имеют при формировании и развитии ОК и ПК, освоении умений и знаний.

Код ПК, ОК	Содержание
ПК. 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК. 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ПК 2.5.	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

2. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практические работы выполняются обучающимися по графику, составленному в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины ОП.04 Автоматизация торгово-технологических процессов.

Результат изучения учебной дисциплины ОП.04 Автоматизация торгово-технологических процессов, зависит от содержания практических работ, которые соответствуют более глубокому освоению дисциплины, закреплению теоретических знаний и прививают обучающимся практические навыки.

Задача практических занятий – закрепить теоретические знания обучающихся на практике.

Согласно учебного плана по специальности и программы учебной дисциплины на практические занятия обучающихся выделено 42 академических часов, из них:

Наименование раздела, номер и тема практического занятия	Количество часов
Раздел 1. Автоматизация торгово-технологических процессов	
Практическое занятие № 1. Анализ преимуществ и недостатков аренды (аутсорсинга) облачной ИТ-инфраструктуры предприятия торговли посредством изучения интернет-источников.	1
Практическое занятие № 2. Зайти на сайт одной из торговых площадок категорий B2B, B2G, G2B, B2C, описать основные характеристики данных торговых площадок, совершить имитацию покупки.	2

Практическое занятие № 3. Анализ практических ситуаций при оценке характеристик электронного обмена данными.	2
Практическое занятие № 4. Разработать процедуру обмена данными между заказчиком и поставщиком электронными товарно-сопроводительными документами в программе «В-Kontur» или аналогичной программе. Дать характеристику процедуре.	2
Практическое занятие № 5. Составить отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия, приходящих из разных поисковых систем, используя агрегаторы.	2
Практическое занятие № 6. Работа с агрегатором платежных систем «ДеньгиOnline». Анализ мобильных платежных систем.	4
Практическое занятие № 7. Составить отчет по применению программного обеспечения для терминалов сбора данных «DataMobile».	4
Практическое занятие №8. Анализ правовых основ информационной безопасности предприятия торговли	2
Практическое занятие №9. Анализ практических ситуаций по управлению АРТ-атаками в коммерческой деятельности.	2
Практическое занятие № 10. Работа с мобильным приложением «Моби-С»	2
Практическое занятие № 11. Работа с мобильным приложением «1С-Битрикс: Мобильное приложение»	2
Практическое занятие № 12. Работа с автоматизированной системой управления мобильной торговлей «Оптиум»	3
ИТОГО:	28

3. МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Целью практических занятий является приобретение практических навыков работы в интернете со специальными программами, мобильными приложениями в области управления торговлей.

Исходя из поставленных целей, в работе будут решаться следующие задачи:

Закрепление знаний по:

основным характеристикам торговых площадок категорий B2B, B2G, G2B, B2C;
работе с агрегатором платежных систем «ДеньгиOnline»;
управлению АРТ-атаками в коммерческой деятельности;
правовым основам информационной безопасности предприятия торговли.

Ознакомиться:

с работой с мобильным приложением «Моби-С»;
с работой с мобильным приложением «1С-Битрикс: Мобильное приложение»
с работой с автоматизированной системой управления мобильной торговлей «Оптиум»

При выполнении лабораторной работы формируются навыки:
работы в интернете со специальными программами, мобильными приложениями в области управления торговлей.

Научиться пользоваться:

агрегатором платежных систем «ДеньгиOnline»;
мобильным приложением «1С-Битрикс: Мобильное приложение»;
автоматизированной системой управления мобильной торговлей «Оптиум»

Работа обучающегося по теме занятия делится на три этапа:

- самостоятельная подготовка к занятию;
- практическое выполнение задания (по заданию);
- оформление результатов работы и защита.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1.

Тема: Анализ преимуществ и недостатков аренды (аутсорсинга) облачной ИТ-инфраструктуры предприятия торговли посредством изучения интернет-источников.

Цель занятия: анализ преимуществ и недостатков аутсорсинга облачной ИТ-инфраструктуры предприятия торговли для практического применения.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы

Этап № 1. Ознакомится самостоятельно с кратким теоретическим и справочно-информационным материалом.

Этап № 2. Выполнить практические задания.

Этап № 3. Составить отчет и защитить его.

Краткие теоретические и справочно-информационные материалы по теме занятия

Под аутсорсингом понимается передача второстепенных бизнес-процессов (производственных, сервисных, финансовых, информационных, управленческих и др.) организации (аутсорсеру) для их успешной реализации и эффективности функционирования.

Наиболее важным аспектом при переходе на ИТ-аутсорсинг является сокращение финансовых издержек. Кроме этого, к основным преимуществам ИТ-аутсорсинга по сравнению с традиционным способом управления ИТ-инфраструктурой предприятия также относится повышение эффективности бизнеса, которое достигается путем снижения затрат как на обслуживание, так и на создание собственной ИТ-инфраструктуры. Уменьшению расходной части также способствует тот факт, что амортизационные начисления значительно сокращаются, так как часто программные и аппаратные средства принадлежат компании, предоставляющей услуги ИТ-аутсорсинга, и организации нет необходимости создавать свой ИТ-отдел (наличие штатного работника в компании не способствует снижению затрат на покупку оборудования и ПО). В следствие этого себестоимость производимой продукции резко снижается, что приводит к получению большей прибыли. Данная услуга позволяет фокусировать силы сотрудников на главные задачи бизнеса, освобождая их от рутинной работы при решении непрофильных задач и предоставляя возможность иметь быстрый доступ к инновационным технологиям. Кроме того, не мало важно, что услуги аутсорсинга минимизируют риски, связанные с человеческим фактором. Болезнь или увольнение работника уже не мешает выполнению основного бизнес-процесса, и компании нет необходимости выделять средства на социальные нужды, поддержание квалификации и переподготовку своих кадров.

Среди недостатков ИТ-аутсорсинга, в первую очередь, стоит отметить риск утечки конфиденциальной информации из компании, что может навлечь на нее большие убытки. Нельзя исключать и резкое падение качества предоставляемой услуги. Это может произойти вследствие низкой квалификации или недобросовестности сотрудников сторонней фирмы, либо чрезмерную обособленность отданных на аутсорсинг процессов, что сказывается на неверных действиях персонала подрядчика. Кроме этого, со временем затраты на использование услуг сторонней фирмы могут возрасть. Важным ограничением для ИТ-аутсорсинга является отсутствие возможности аренды стратегического и конкурентного преимущества и личных контактных

данных со всеми клиентами, а также то, что специалисты могут уйти с компании из-за потери мотивации

Также есть и такие процессы, которые нежелательно отдавать на аутсорсинг. Во-первых, это проектирование и развитие архитектуры компании. Даже если компания прибегает к услугам третьей фирмы, занимающейся внедрением и сопровождением информационных систем, 10 автоматизация бизнес-процессов, происходящих в компании, должна исходить изнутри, учитывая все требования бизнеса. Причиной этому служит тот факт, что только сами сотрудники и стоящее во главе руководство знают весь жизненный цикл компании и перспективы ее развития. Во-вторых, не подлежат аутсорсингу критические сервисы, от которых зависят ключевые бизнес-процессы компании, и отвечающие за быстроту реагирования на изменения рыночной ситуации. Если такими сервисами занимается сотрудник внутренней ИТ-службы, то повышается оперативность и эффективность их управления и изменения, так как тенденции развития бизнеса легче проследить внутри компании и принять правильное решение

Практические задания:

Задание № 1. Проанализировать, используя интернет-источники, преимущества и недостатки аренды (аутсорсинга) облачной ИТ-инфраструктуры предприятия торговли

ОТЧЕТ

Отчет необходимо предоставить в письменном виде в тетради и защитить устно.

Практическое занятие 2.

Тема: Зайти на сайт одной из торговых площадок категорий B2B, B2G, G2B, B2C, описать основные характеристики данных торговых площадок, совершить имитацию покупки.

Цель занятия: описание основных характеристик торговых площадок.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы

Этап № 1. Ознакомится самостоятельно с кратким теоретическим и справочно-информационным материалом.

Этап № 2. Выполнить задания.

Этап № 3. Оформить отчет.

Краткие теоретические и справочно-информационные материалы по теме занятия

B2B – сокращение от английских слов «business to business», в буквальном переводе – бизнес для бизнеса.

Business-To-Consumer (B2C) (русс. Бизнес для Потребителя) — форма электронной торговли, целью которой являются прямые продажи для потребителя.

B2G (business-to-government) — отношения между бизнесом и государством. Обычно термин используется для классификации систем электронной коммерции. Примером B2G-систем могут служить системы электронных госзакупок.

G2B (англ. Government to Business, русск. Правительство бизнесу) — набор программных и аппаратных средств для осуществления он-лайн взаимодействия исполнительной власти и

коммерческих структур с целью поддержки и развития бизнеса. К классу G2B можно отнести информационные веб-сайты органов власти, системы электронных закупок и пр.

Таблица 1 – Современная структура электронного рынка. Модели взаимодействия участников

Модель	Взаимодействия	Организационные формы
B2C	Business-to-consumer (бизнес-конечному потребителю) – продажа товаров и услуг непосредственно потребителю	<ul style="list-style-type: none"> – B2C Web-витрины. – Розничная электронная торговля (e-retail или e-tail), виртуальные молы (virtual malls). – Продажа on-line услуг транспортных, туристических, страховых, финансовых и инвестиционных компаний, банков, учебных заведений и т.п. – Торговля по электронным каталогам.
B2B	Business-to-business (бизнес-бизнесу) – продажа товаров и услуг другому предприятию	<ul style="list-style-type: none"> – B2B Web-витрины – продажа предприятиям товаров и услуг. – Электронные вертикальные рынки – создание специфического торгового сообщества в определенной отрасли. – B2B сообщества – торговые площадки различных поставщиков для организации продаж товаров или услуг. – Межотраслевые B2B порталы – торговые площадки, объединяющие различные рынки. – B2B аукционы – торговые площадки для обмена между поставщиками и покупателями конкурентоспособными предложениями. – B2B электронные биржи – торговые площадки для автоматизированного подбора контрагентов по продажам и покупкам.
B2G	Business-to-government (бизнес-правительству) – сделки между предприятием и местными, районными или государственными органами власти	Правительственные закупки, не требующие проведения конкурсов.

C2C	Consumer-to-consumer (потребитель-потребителю) – потребитель продает товары непосредственно потребителю	Электронные аукционы индивидуальных потребителей.
C2B	Consumer-to-business (потребитель-бизнесу) – потребитель называет свою цену, которую предприятие принимает или нет	Обратные электронные аукционы.
G2E	Government-to-everybody или E-government - предоставление информации и услуг госорганов всех ветвей власти всем категориям граждан и юридическим лицам	Порталы правительства, других ветвей власти, муниципальных властей, отдельных ведомств, таких как полиция, органы социального обеспечения и т.п. (информация, интерактивные запросы, оказание услуг).

Задание 1. Зайти на сайт одной из торговых площадок категорий B2B, B2G, G2B, B2C, описать основные характеристики данных торговых площадок,

Задание 2. Зайти на сайт одной из торговых площадок категорий B2B, B2G, G2B, B2C, совершить имитацию покупки.

Задание 3. Для каждой модели электронной коммерции (ЭК), указанной в вашем варианте, найдите в сети Интернет три электронных ресурса. Создайте и заполните таблицу.

Модель ЭК	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

Вариант 1: B2C, C2C, G2B, C2B, G2G.

Вариант 2: C2B, B2C, B2G, G2B, B2B.

Вариант 3: B2B, G2C, B2C, C2B, G2B.

Вариант 4: G2C, C2B, C2C, B2B, B2G.

Вариант 5: C2C, G2B, B2B, G2C, C2B.

Вариант 6: B2G, G2C, B2C, C2C, B2B.

Задание 4. Найдите в российском сегменте сети Интернет две компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанной в вашем варианте.

Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 8–11 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга.

Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний.

Подготовьте отчет в следующем виде:

1) Основная деятельность *Компании 1* (название компании и ее адрес в Интернете) заключается в _____

и нацелена на следующие группы клиентов:

2) Основная деятельность *Компании 1* (название компании и ее адрес в Интернете) заключается в _____

и нацелена на следующие группы клиентов:

3) Сравнение компаний в таблице:

Характеристика	Компания 1	Компания 2
Характеристика 1		
Характеристика 2		
.....		
Характеристика 11		

Замечание: В таблице заменить «Компания 1» и «Компания 2» на их названия, «Характеристика 1», ..., «Характеристика 11» на наименование соответствующей характеристики.

Вариант 1: Интернет-магазин тканей.

Вариант 2: Студия web-дизайна, выполняющая проекты любой сложности.

Вариант 3: Маркетинговое интернет-агентство, оказывающее услуги по продвижению интернет-ресурсов.

Вариант 4: Online-журнал, посвящённый красоте и здоровью.

Вариант 5: Интернет-магазин одежды, обуви, аксессуаров.

Вариант 6: Туристическая компания, которая продаёт через Интернет различные виды отдыха в России и за рубежом.

Практическое занятие 3.

Тема: Анализ практических ситуаций при оценке характеристик электронного обмена данными.

Цель занятия: проанализировать практическую ситуацию при оценке электронного обмена данными.

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы

Этап № 1. Ознакомится самостоятельно с кратким теоретическим и справочно-информационным материалом

Этап № 2. Выполнить задание.

Этап № 3. Сделать письменный вывод по работе.

Краткие теоретические и справочно-информационные материалы по теме занятия

Системы электронного управления документами (ЭУД) обеспечивают процесс создания, управления доступом и распространения больших объемов документов в компьютерных сетях, а также обеспечивают контроль над потоками документов в организации. Часто эти документы хранятся в специальных хранилищах или в иерархии файловой системы. Типы файлов, которые, как правило, поддерживают системы ЭУД включают текстовые документы, образы, электронные таблицы, аудио-, видеоданные, и документы Web. Общими возможностями систем ЭУД являются создание документов, управление доступом, преобразование и безопасность

Практическое занятие 4.

Тема: Разработать процедуру обмена данными между заказчиком и поставщиком электронными товарно-сопроводительными документами в программе «В-Kontur» или аналогичной программе. Дать характеристику процедуре.

Количество часов: 2 часа

Цель занятия: научиться подбирать фасовочно-упаковочное оборудование.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стул, стол

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы

Этап № 1. Ознакомится самостоятельно с кратким теоретическим и справочно-информационным материалом

Этап № 2. Выполните практические задания.

Краткие теоретические и справочно-информационные материалы по теме занятия

Электронный документооборот (ЭДО) – это способ обмена документами в цифровом виде между контрагентами с помощью интернет-сети, регулируется нормативно-правовыми документами и имеет юридическую силу.

ЭДО компаний с поставщиками расширяется. Минфин в своём приказе РФ от 05.02.2021 № 14н утвердил порядок выставления и получения счетов-фактур в электронной форме по телекоммуникационным каналам связи с применением усиленной квалифицированной электронной подписи (УКЭП).

Система электронного документооборота позволяет быстро и безопасно обмениваться с поставщиками счетами-фактурами, актами, накладными, универсальными передаточными документами (УПД) и другими.

Для подключения к ЭДО необходимо для начала выбрать оператора. Оператор документооборота – это компания, которая обеспечивает сервис по технологическому обмену документами. Для сотрудничества и дальнейшего подключения к системе оператора заключается договор.

Взаимодействие по электронным документам может происходить только в том случае, если обе стороны пользуются ЭДО. В случае если поставщик им не пользуется, то можно предложить ему перейти на цифровой документооборот, так как необходимые документы передаются только в электронном виде.

Ситуация: Заказчик по Закону N 44-ФЗ не осуществляет фактическую приемку товара по госконтрактам. Данной приемкой занимается получатель, который расположен далеко от заказчика. Как в таком случае будет проводиться электронное активирование, учитывая, что получатель не зарегистрирован в ЕИС? Имеет ли право заказчик указать в условиях контракта, что поставщик предоставляет получателю совместно с товаром бумажный вариант товарной накладной и счета-фактуры?

Вывод: Участие получателя исполнения по контракту в процедуре приемки, в том числе подписание им бумажных сопроводительных документов, предоставленных контрагентом, Закону N 44-ФЗ не противоречит. Практическая возможность реализации указанного порядка приемки и оформления сопроводительных документов в значительной степени определяется техническими возможностями ЕИС.

Обоснование вывода: Согласно п. 1 ч. 1 ст. 94 Федерального закона от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (далее - Закон N 44-ФЗ), в редакции Федерального закона от 02.07.2021 N 360-ФЗ (далее - Закон N 360-ФЗ), вступающего в силу 1 января 2022 года, исполнение контракта включает в себя комплекс мер, реализуемых после заключения контракта и направленных на достижение целей осуществления закупки путем взаимодействия заказчика с поставщиком (подрядчиком, исполнителем; далее - контрагент) в соответствии с гражданским законодательством и Законом N 44-ФЗ, в том числе приемку поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, отдельных этапов исполнения контракта, предусмотренных контрактом.

В соответствии с п. 1 ч. 13 ст. 34, ч. 7 ст. 94 Закона N 44-ФЗ (в редакции Закона N 360-ФЗ) в контракт включается обязательное условие о порядке и сроках оплаты товара, работы или услуг, о порядке и сроках осуществления заказчиком приемки поставленного товара, выполненной работы (ее результатов) или оказанной услуги в части соответствия их количества, комплектности, объема требованиям, установленным контрактом, а также о порядке и сроках оформления результатов такой приемки. Приемка исполнения по контракту осуществляется в порядке и в сроки, которые установлены контрактом, и оформляется документом о приемке, который подписывается заказчиком (в случае создания приемочной комиссии - подписывается всеми членами приемочной комиссии и утверждается заказчиком), либо заказчиком в те же сроки направляется контрагенту в письменной форме мотивированный отказ от подписания такого документа.

Как видим, приемка исполнения по контракту, отдельному этапу исполнения контракта осуществляется заказчиком в порядке и в сроки, которые установлены контрактом (смотрите также письмо Минфина России от 24.07.2020 N 24-03-10/64858, которое, по нашему мнению, сохраняет актуальность и после изменения законодательства, так как существо регулируемых

отношений не изменилось), и оформляется документом о приемке. Поскольку Закон N 44-ФЗ основывается на положениях в том числе Гражданского кодекса РФ (ч. 1 ст. 2 этого Закона), а контракт, заключаемый в соответствии с требованиями этого Закона, представляет собой гражданско-правовой договор (пп. 8, 8.1 ч. 1 ст. 3 Закона N 44-ФЗ), с учетом принципа свободы договора (п. 2 ст. 1, пп. 1, 2, 4 ст. 421 ГК РФ) стороны вправе определить в контракте любые не противоречащие закону условия, разумеется, за исключением тех случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами. Поэтому, учитывая что Закон N 44-ФЗ (в том числе в редакции Закона N 360-ФЗ) не содержит требований к порядку приемки, полагаем, что участие в этой процедуре непосредственного получателя исполнения, в том числе подписание им сопроводительных документов, предоставленных контрагентом, также не исключено, и заказчик вправе предусмотреть соответствующие условия в контракте*(1).

Добавим, что Закон N 44-ФЗ не дает каких-либо указаний о форме документа о приемке исполнения по контракту, а также иных документов, которые могут передаваться контрагентом заказчику, она определяется по усмотрению заказчика*(2). В то же время ч. 13 и ч. 14 ст. 94 Закона N 44-ФЗ, вступающие в силу 1 января 2022 года, предусматривают лишь порядок формирования и подписания документа о приемке с использованием ЕИС, а также обязательные требования к содержанию такого документа.

Таким образом, полагаем, что заказчик не лишен права предусмотреть в контракте возможность предоставления поставщиком вместе с товаром бумажных товарной накладной и счета-фактуры, которые будут впоследствии размещены заказчиком в ЕИС вместе с подписанным заказчиком электронным документом о приемке. Вместе с тем практическая возможность реализации указанного порядка приемки и оформления сопроводительных документов в значительной степени определяется техническими возможностями ЕИС.

<https://www.b-kontur.ru/features#otpravka-i-poluchenie> Возможности для удобной работы (КонтурБухгалтерия) – платная программа

<https://www.b-kontur.ru/enquiry/1067-soprovoditelnaya-nakladnaya>

Задания:

Разработать процедуру обмена данными между заказчиком и поставщиком электронными товарно-сопроводительными документами в программе «В-Контур» или аналогичной программе.

Дать характеристику процедуре.

Практическое занятие 5.

Тема: Составить отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия, приходящих из разных поисковых систем, используя агрегаторы.

Цель занятия: научиться осуществлять поиск посетителей сайта предприятия, приходящих из разных поисковых систем, используя агрегаторы.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стул, стол, компьютер с выходом в Интернет

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы

Этап № 1. Ознакомится самостоятельно с кратким теоретическим и справочно-информационным материалом

Этап № 2. Выполните практическое задание.

Краткие теоретические и справочно-информационные материалы по теме занятия

Некоторые агрегаторы:

Google Analytics

Сайт: <https://analytics.google.com/analytics/web/>.

Стоимость: бесплатно (есть также платная расширенная версия, которая стоит от \$100 000 в год, но она пригодится только крупному бизнесу).

Google Analytics — мощная платформа веб-аналитики, которая может дать ответы почти на все вопросы:

Какая посещаемость сайта сейчас и как она меняется с течением времени.

Откуда приходят посетители, какие источники трафика более популярные.

Кто основная целевая аудитория: возраст, пол, география и другие параметры.

Как пользователи ведут себя на сайте: какие страницы смотрят больше всего, сколько конверсий¹ совершают, как много времени проводят.

Яндекс.Метрика

Сайт: <https://metrika.yandex.ru/>.

Стоимость: бесплатно.

Яндекс.Метрика — функциональный сервис для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей, главный конкурент GA на российском рынке. С его помощью можно, например:

Узнать, какие источники трафика привлекают больше посетителей.

Отследить достижения целей: клики по кнопкам, посещения страниц, отправки форм и другие.

Изучить распределение по возрасту, полу, географии, устройствам, браузерам и другим параметрам.

¹ это процентное соотношение пользователей, совершивших целевое действие, к общему числу посетителей или контактов.

Определить самые популярные страницы входа, — с которых чаще всего начинают посещать сайт, — и страницы выхода, — где его чаще покидают. А также узнать, сколько времени на нём проводят посетители, как много страниц в среднем просматривают.

Посчитать прибыль с каждого клиента и канала, если передать данные из рекламных систем и CRM, то есть настроить [сквозную аналитику](#).

В Яндекс.Метрике 60+ готовых отчётов и 600+ различных группировок и метрик (параметров и показателей).

Особенности:

Есть Яндекс.Вебвизор, который позволяет смотреть на сайт буквально глазами посетителя. Он записывает на видео все взаимодействия: скроллы, клики, переходы на другие страницы. Ретроспектива — 2 недели.

Метрика проще и удобнее, чем Google Analytics.

Есть специальные отчёты по контенту, которые позволяют проанализировать качество чтения — очень удобный инструмент для блогов и медиа.

Нет семплирования на больших объёмах как у Google Analytics. Но если нужно, оба сервиса дают возможность выгрузить сырые данные.

250+ различных интеграций: не только с продуктами Яндекса (Datalens, Маркет, Директ), но и со сторонними инструментами, например, Google Рекламой и Facebook* Ads.

Open Web Analytics

Сайт: <https://www.openwebanalytics.com/>.

Стоимость: бесплатно.

Open Web Analytics — достаточно функциональная альтернатива продуктам Google и Яндекса. Возможности:

Статистика по всем базовым показателям посещаемости: уникальным и повторным посетителям, визитам и просмотрам страниц, а также отказам и времени на сайте.

Тепловые карты для анализа кликабельности различных элементов на странице.

Сбор данных об аудитории: гео, возраст, устройства и другие.

Анализ страниц входа и выхода, источников трафика, поисковых запросов, конверсий.

Изучение истории взаимодействия с сайтом — похоже на отчёт «Посетители и клиенты» Яндекс.Метрики.

Оценка эффективности электронной коммерции: дохода, транзакций, количества визитов и дней до совершения покупки.

Umami

Сайт: <https://umami.is/>.

Стоимость: бесплатно.

Umami позиционируется как более простая и конфиденциальная альтернатива Google Analytics. С помощью счётчика можно отслеживать:

Динамику просмотров и посетителей.

Средние значения по отказам и времени на сайте.

Статистику по источникам, браузерам, ОС, странам, языкам.

События, например, клики по кнопкам.

Решение для тех, кому не нужны сложные функции, достаточно просто изучать посещаемость и несколько других базовых показателей.

Пример:

Компания «Арктик гидро-строй»

Общее число визитов в марте: 7694 человека

Визиты с поисковых систем: 5590 человек (в феврале пришло на сайт с поиска 5917 человек).

Посетителей в день (среднее число): в день на сайте бывает 350 - 380 человек, из них с поиска - 250-300 человек.

Все объективные показатели поведения посетителей на сайте показывают, что им удобно находиться на сайте, они доверяют организации:

Показатель Отказов - сейчас 11,3 %

Основным качественным показателем поведения посетителя на сайте является количество так называемых “отказов” (под отказами понимается доля визитов, в рамках которых посетитель просмотрел одну страницу и находился на сайте менее 15 секунд. Говоря простым языком - пришел, не увидел ничего интересного и покинул сайт)

Глубина просмотра: 1,88 , т.е. почти каждый смотрит более двух страниц

Время пребывания посетителей на сайте: в среднем, у нас каждый посетитель проводит по 3:27 минуты. В прошлом году посетитель задерживался только менее 2 минут

Более подробно: <https://www.seocom.ru/blog/primer-otcheta-seo>

Задание 1: Составить отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия, приходящих из разных поисковых систем, используя агрегаторы.

Задание 2. Создание счетчика Яндекс.Метрики

1. В связи с тем, что все сервисы Яндекса становятся доступными после создания аккаунта в Яндекс.Почте, регистрируем почтовый ящик наЯндексе. Замечание: Если почтовый ящик наЯндексе уже существует, этот пункт пропускаем. 2. Заходим в свой аккаунт на Яндексе. 3. Если вы находитесь в своем почтовом ящике, переходим на Поиск. Для этого нажимаем на значок из 3-х полосок в левом верхнем углу (смотри рис.1.1).

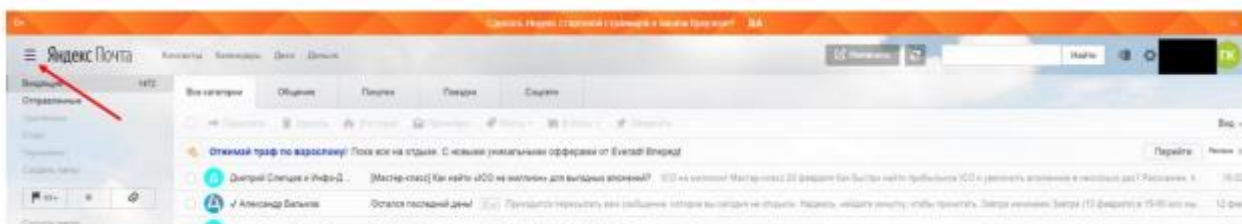


Рисунок 1.1. Открытие перечня сервисов Яндекса

4. Появляется окно с перечислением сервисов Яндекса, доступных в вашем аккаунте (смотри рис.1.2). Выбираем «Поиск».

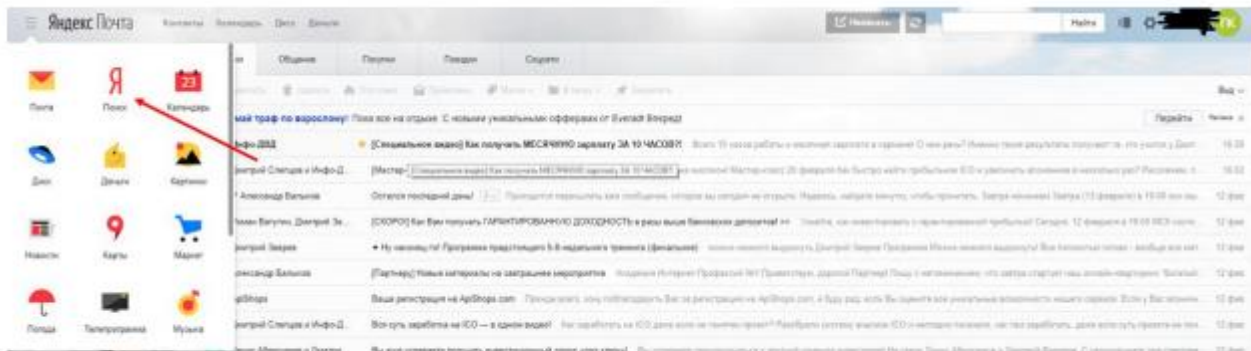


Рисунок 1.2. Открытие перечня сервисов Яндекса

5. Переходим на страницу поиска Яндекса (смотри рис.1.3). И выбираем пункт меню «ещё».

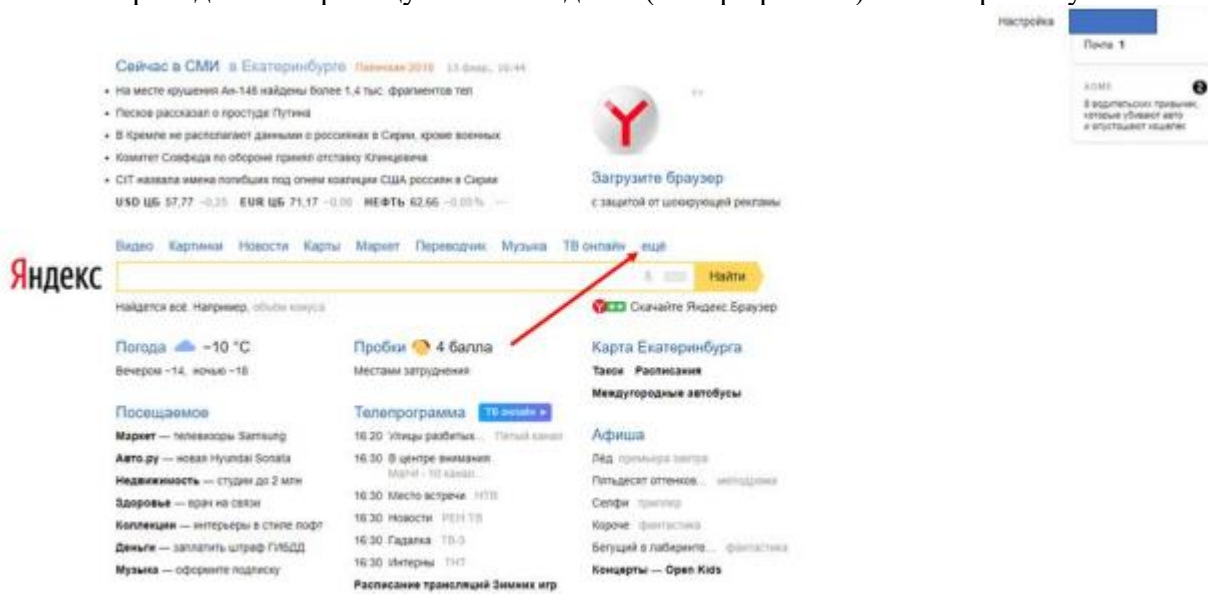


Рисунок 1.3. Открытие перечня сервисов Яндекса

6. Открывается окошко с дополнительными функциями Яндекса (смотри рис.1.4). Выбираем пункт меню «Все сервисы».

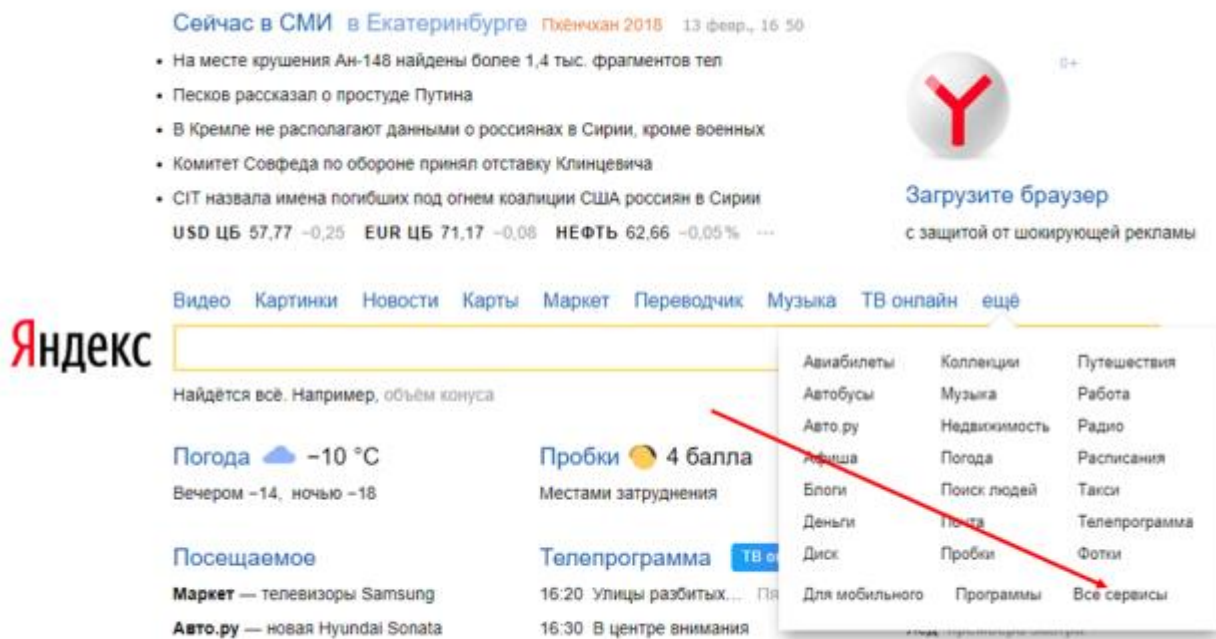


Рисунок 1.4. Выбираем пункт «Все сервисы»

7. Открывшееся окно прокручиваем немного вниз и находим кнопку «Метрика» (смотри рис.1.5).

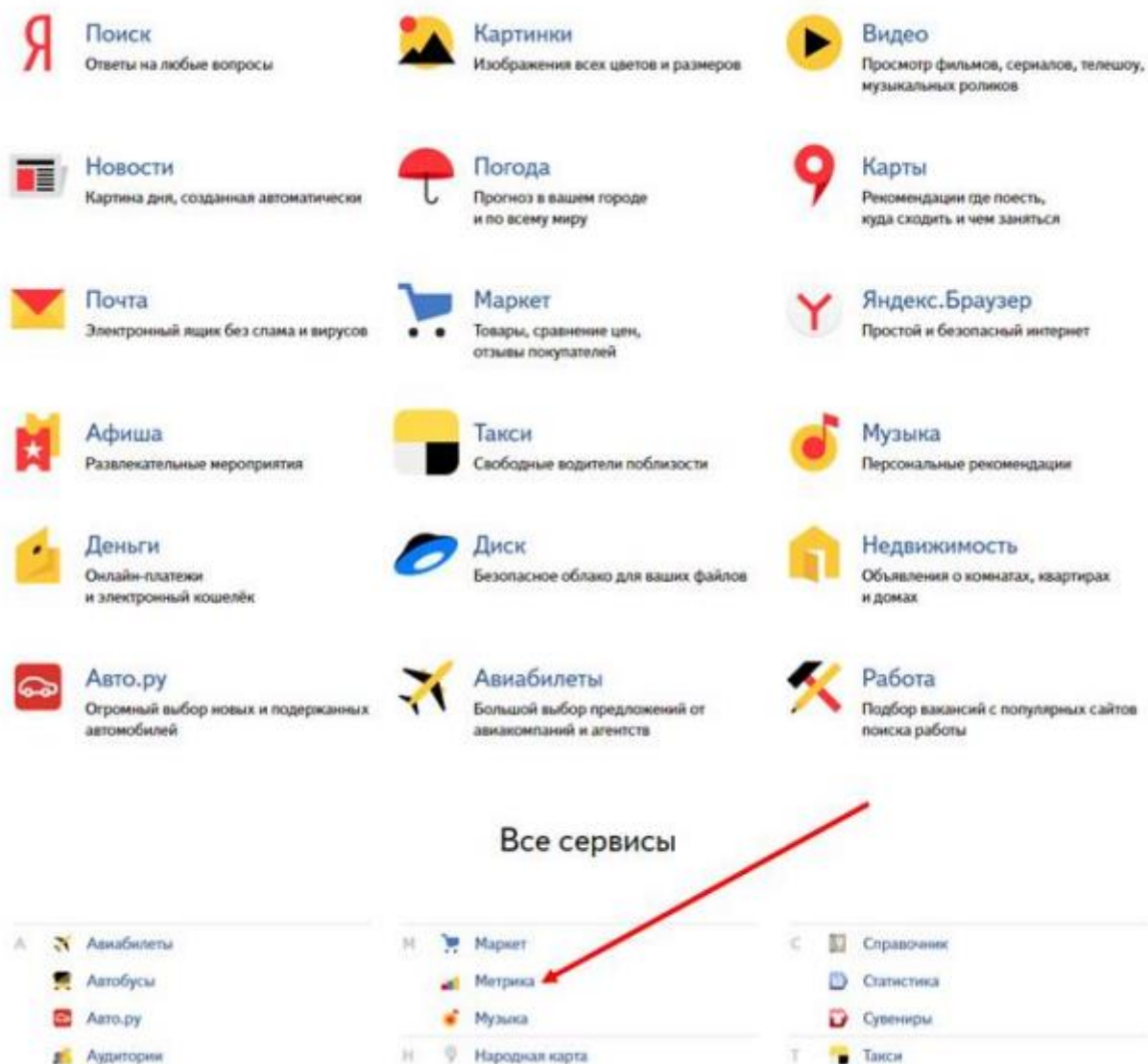


Рисунок 1.5. Нажимаем кнопку «Метрика»

8. Попадаем в Яндекс.Метрику на вкладку «Счётчики» (смотри рис.1.6). Нажимаем кнопку «Добавить счетчик».

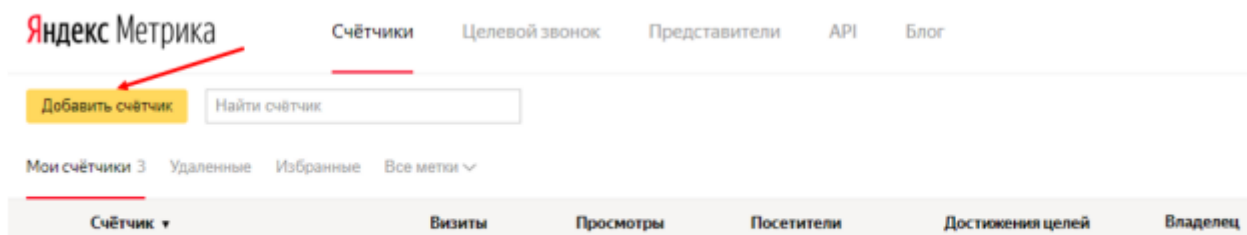


Рисунок 1.6. Добавляем новый счетчик

Попадаем в окно для создания нового счетчика (смотри рис.1.7).

Новый счётчик

Имя счётчика	<input type="text"/>
Адрес сайта <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="Домен или полный путь сайта"/>
Дополнительные адреса <input type="checkbox"/>	<input type="button" value="Добавить адрес сайта"/>
	<input type="checkbox"/> Принимать данные только с указанных адресов <input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/> Включая поддомены
Часовой пояс	<input type="text" value="(GMT+05:00) Екатеринбург"/>
Валюта <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="RUB — Российский рубль"/>
Тайм-аут визита в минутах <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="30"/> <input type="button" value="×"/> Целое число от 30 до 360
	<input type="checkbox"/> Я принимаю условия Пользовательского соглашения
<input type="button" value="Создать счётчик"/>	<input type="button" value="Отмена"/>

Рисунок 1.7. Создание нового счетчика (начало)

10. Придумываем название счетчика (любое, но латинским буквами), вставляем адрес сайта (домен), нажимаем на квадратики перед пунктами «Принимать данные только с указанных адресов», «Включая поддомены» и «Я принимаю условия Пользовательского соглашения». В квадратиках должны появиться галочки (смотри рис.1.8). После этого нажимаем желтую кнопку «Создать счетчик»

Новый счётчик

Имя счётчика

Адрес сайта

Дополнительные адреса

Принимать данные только с указанных адресов

Включая поддомены

Часовой пояс

Валюта

Тайм-аут визита в минутах Целое число от 30 до 360

Я принимаю условия Пользовательского соглашения

Рисунок 1.8. Создание нового счетчика (продолжение)

11. Переходим на следующую страницу создания счетчика для его настройки (смотри рис.1.9).

Рисунок 1.9. Создание нового счётчика (продолжение)

12. Здесь нажимаем на 1-й квадратик перед текстом «Вебвизор, карта скроллинга, аналитика форм» (смотри рис.1.10). Внизу появляется желтая кнопка «Сохранить», которую и нажимаем.

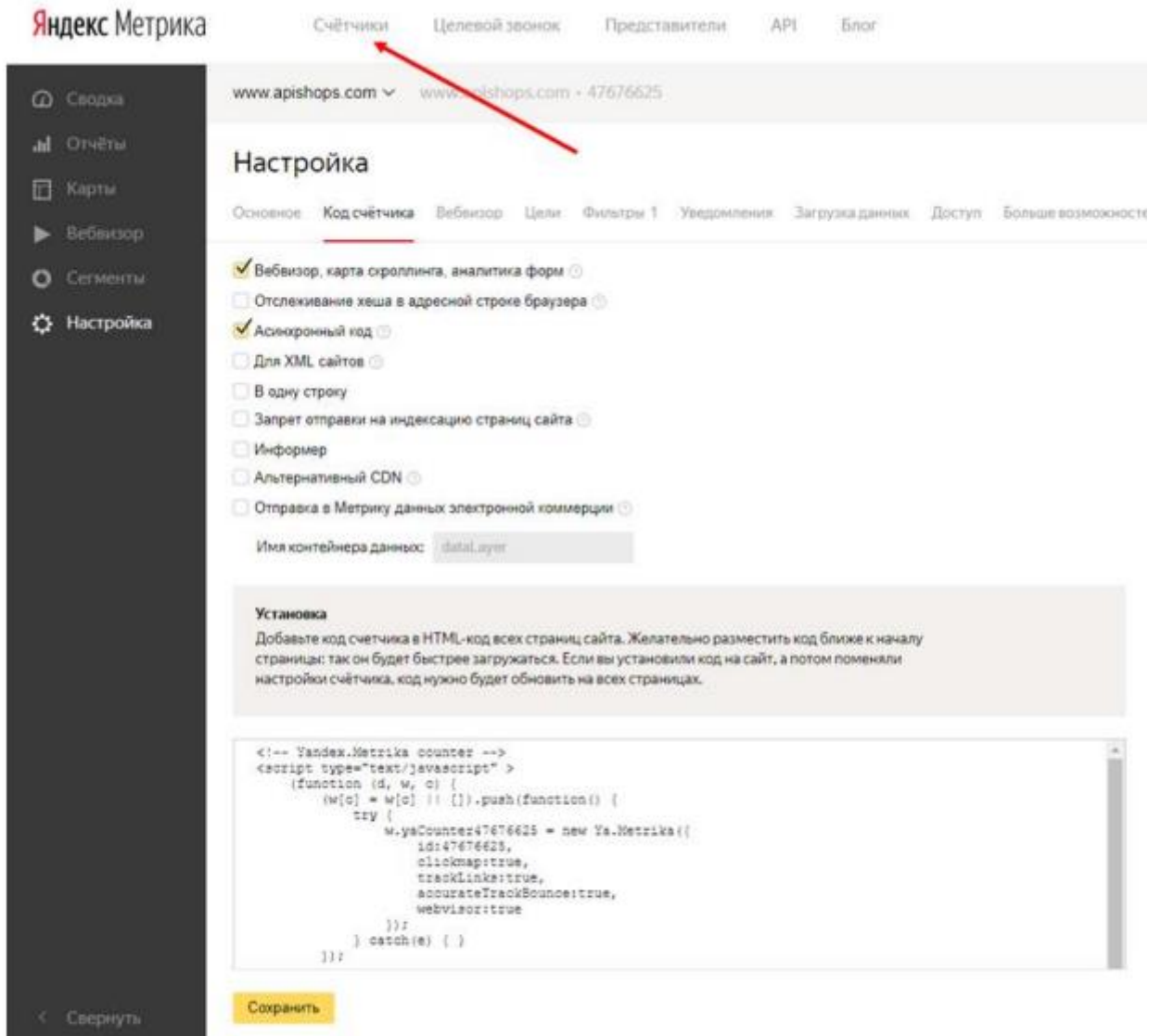


Рисунок 1.10. Создание нового счетчика (окончание)

13. После сохранения настроек выбираем вверху пункт меню «Счётчики» и попадаем на страницу, где уже появилась информация о нашем новом счетчике (смотри рис.1.11).

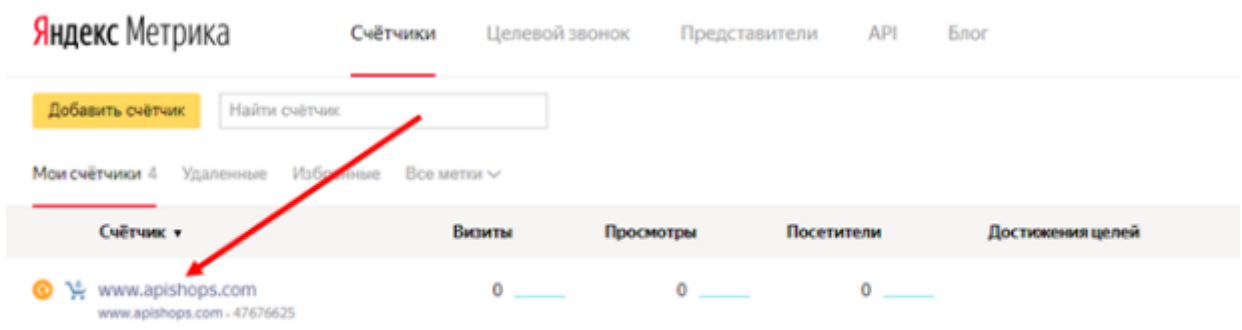


Рисунок 1.11. Список наших счетчиков

Практическое занятие 6.

Тема: Работа с агрегатором платежных систем «ДеньгиOnline». Анализ мобильных платежных систем.

Цель занятия: научиться работать с агрегатором платежных систем «ДеньгиOnline».

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы

Этап № 1. Ознакомится самостоятельно с кратким теоретическим и справочно-информационным материалом

Этап № 2. Выполните практические задания.

Этап № 3. Заполните таблицу 1 по итогу выполнения практических заданий.

Краткие теоретические и справочно-информационные материалы по теме занятия

Интернет-банкинг (Е-банкинг) — это общее название технологий дистанционного банковского обслуживания, при котором доступ к счетам и операциям по ним предоставляется в любое время и с любого компьютера, имеющего доступ в Интернет. Для выполнения операций используется браузер, то есть отсутствует необходимость установки клиентской части программного обеспечения системы. Как правило, услуги интернет-банкинга (Е-банкинга) включают:

- выписки по счетам;
- предоставление информации по банковским продуктам;
- заявки на открытие депозитов, получение кредитов, банковских карт и т. п.;
- внутренние переводы на счета банка;
- переводы на счета в других банках;
- конвертацию средств из одной валюты в другую;
- оплату услуг.

Современные банки осваивают новое перспективное направление развития брокерских услуг, заключающееся в предоставлении физическим лицам доступа к международным валютным и фондовым рынкам (интернеттрейдинг).

Появление на сайте возможности онлайн-оплаты товаров из дополнительной опции превратилось в насущную необходимость. Однако, заключая договоры с каждой компанией по отдельности, владелец интернет-магазина может потерять уйму времени: рассмотрение заявки, подписание бумаг, интеграция с сайтом и прочие формальности отнимают силы, которые стоило бы направить в более продуктивное русло.

Выходом из этой ситуации стало появление агрегаторов. Эти компании являются посредниками между интернет-магазином и сервисами по приему денежных средств. И заказчику достаточно один раз заключить договор с агрегатором, чтобы получить доступ сразу к нескольким вариантам безналичной оплаты товара: банковской картой, с помощью электронного кошелька, сотового оператора и т. п.

«Деньги Online»

Компания открылась в 2006 году. Сразу стоит отметить специфическую черту работы с этой платежной системой — вывод денег на расчетный счет можно осуществить только 2 раза в неделю. К тому же регистрация здесь сложнее, чем у конкурентов — необходимо прислать отсканированные копии 9 документов. Узнать тариф заранее практически невозможно, конкретные цифры озвучивают лишь при заключении договора, но в среднем это около 5% от перевода с банковской карты. Платежная система предлагает вариант упрощенной интеграции с сайтом — кнопка «Оплатить» с последующим переходом на страницу агрегатора. Из минусов клиенты отмечают недостаточно высокий уровень компетенции специалистов группы поддержки.

Задание 1. Знакомство с электронной платежной системой на примере электронного кошелька «Яндекс.Деньги»:

1) Зарегистрируйте свой электронный кошелек в платежной системе «Яндекс.Деньги».

2) Ознакомьтесь с возможностями, которые физическому лицу предоставляет система «Яндекс.Деньги».

3) Подготовьте отчет с ответами на следующие вопросы:

➤ Что необходимо сделать, чтобы получить электронный кошелек в системе «Яндекс.Деньги»;

➤ Какие операции позволяет осуществлять система «Яндекс.Деньги» с помощью электронного кошелька;

➤ Опишите функционал электронного кошелька «Яндекс.Деньги».

Задание 2. Сравнение возможностей двух электронных платёжных систем.

1) Проведите сравнение электронного кошелька «Яндекс.Деньги» с электронной платёжной системой «Деньги Online»:

➤ основные возможности;

➤ процесс регистрации;

➤ процесс ввода денег;

➤ процесс вывода денег;

➤ взимаемые комиссии;

➤ сервис и дополнительные услуги

Результаты работы оформите в виде таблицы 1

Таблица 1

Характеристика	Платежная система	
	«Яндекс.Деньги»	«Деньги Online»

Практическое занятие 7.

Тема: Составить отчет по применению программного обеспечения для терминалов сбора данных «DataMobile».

Цель занятия: освоить навыки работы с терминалами сбора данных и сформировать умение оформлять технические отчеты.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет.

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы:

Этап № 1. Изучить функционал программного обеспечения DataMobile.

Этап № 2. Выполните практические задания.

Этап № 3. Заполните таблицу по итогу выполнения практических заданий.

Таблица 1 – Характеристика DataMobile

Что такое терминал сбора данных?	
Какие основные функции выполняет ПО DataMobile?	
Для чего используется DataMobile в торговле?	
Какие преимущества даёт использование терминалов сбора данных?	
Какие сложности могут возникать при работе с DataMobile?	

Практическое занятие 8.

Тема: Анализ правовых основ информационной безопасности предприятия торговли.

Цель занятия: понять роль и содержание законодательных актов в сфере информационной безопасности.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет.

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Последовательность выполнения работы:

Этап № 1. Изучить ключевые правовые нормы и законы, регулирующие информационную безопасность в торговле, проанализировать их требования.

Этап № 2. Составить краткий доклад с рекомендациями по обеспечению правовой защиты информации на предприятии торговли, используя ответы на следующие вопросы:

- Какой основной закон регулирует защиту персональных данных в России?
- Что понимается под информационной безопасностью?
- Какие обязанности имеет предприятие в области информационной безопасности?
- Что может привести к утечке конфиденциальной информации?
- Какова ответственность за нарушение законодательства в данной области?
- Какие инструменты, технические средства, программы способствуют эффективной защите информации на предприятии?

Практическое занятие 9.

Тема: Анализ практических ситуаций по управлению АРТ-атаками ² в коммерческой деятельности.

Цель занятия: сформировать умения оперативно анализировать риски и применять меры защиты.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Материально - техническое оснащение

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет.

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Задача: рассмотреть примеры реальных или учебных случаев атак на информационные системы (АРТ-атаки), определить признаки атак, причины и последствия, а также разработать план реагирования и защиты.

Справочные данные:

Для того, чтобы эффективно защищаться, необходимо понимать, как именно преступник будет атаковать и какие у него мотивы. Каждую группировку можно охарактеризовать уникальной совокупностью мотивов, инструментов и методов, однако у киберпреступников есть и общие черты.

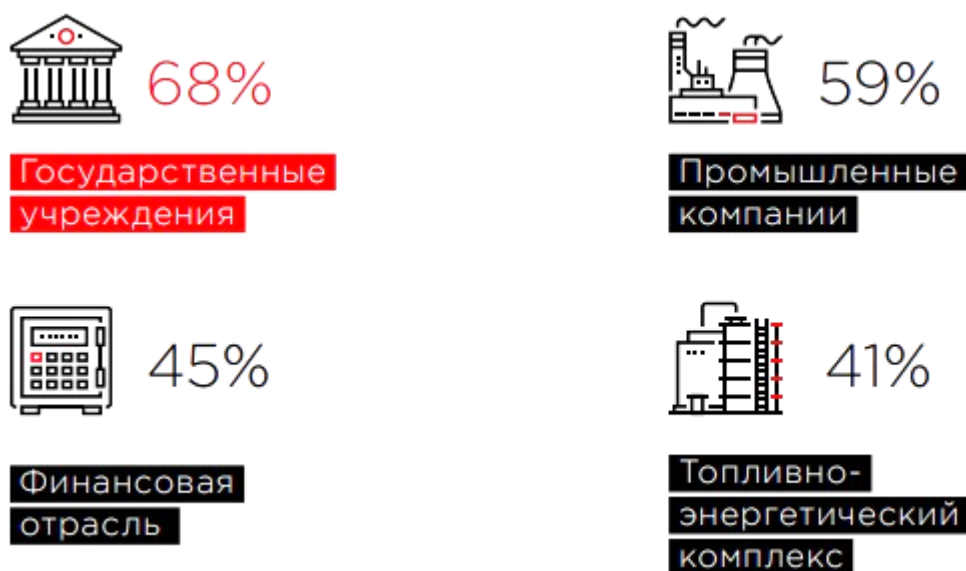


Рисунок 1 - Распространенные категории жертв (доля атакующих АРТ-группировок по отраслям)

В информационных системах организаций хранятся и обрабатываются критически важные данные, в которых заинтересованы кибершпионы, и поэтому такие организации находятся под постоянной угрозой кибератак.

Большинство АРТ-группировок (87%) начинают атаки на организации с целенаправленного фишинга. Сотрудникам рассылаются электронные письма, цель которых — вынудить получателя открыть приложенный файл или перейти по ссылке.

Какая информация может заинтересовать злоумышленников:

- Персональные данные сотрудников и других граждан.
- Сведения в области внешней политики и экономики.
- Научно-исследовательские и проектные работы.

² продолжительное нападение киберпреступников на инфраструктуру предприятия-жертвы, управляемое вручную в реальном времени.

Кибератака на инфраструктуру Platformix

Среди многих компаний бытует мнение, что нет веских причин для целевых кибератак против них. Принято считать, что атаки совершаются с очевидными, наперёд заданными целями. Но как быть, например, с атаками ради хайпа или хактивизма? Об атаке на компанию Platformix рассказал Виталий Масютин, замдиректора по ИБ. Кибератака была совершена на ИТ-компанию (интегратора), отличающуюся зрелым подходом к защите. Как такое возможно? Как отметил спикер, на момент начала атаки у них была высокая степень уверенности в своей защищённости. Компания имела сертификаты на все процессы в соответствии с требованиями регулятора. Оценивая ситуацию с точки зрения полученного опыта, Виталий Масютин отметил, что главной причиной ущерба стала завышенная самоуверенность, убеждённость в том, что подобное практически не имело шансов произойти. До начала кибератаки в компании интуитивно считали, что атаковать их целенаправленно не будут. «Много денег взять с нас невозможно; секретных данных у нас нет, мы не являемся частью какой-либо государственной системы. Даже в случае DDoS-атаки, теоретически способной помешать обычному графику работы, мы могли разойтись по домам и работать удалённо — с бэкапами у нас всё было хорошо».

Атака на компанию Platformix произошла ночью в субботу. Фактически оказалось, что были пропущены все стадии совершения кибератаки. Её следы были замечены только после того, как сисадмины обнаружили потерю выхода на управление доменом. Атаку выявили по косвенному признаку: не наблюдалось привычных ответов от сервиса антивирусной защиты. Администратор решил найти причину сбоя антивируса, но не смог подключиться к серверу, используя свои учётные данные. Последующий анализ показал, что практически все учётные записи администраторов скомпрометированы. Анализ логов Active Directory показал появление подозрительных действий. Дальнейшие события были очевидны. ИТ-специалисты занялись восстановлением данных из резервных копий и первым делом ввели ограничения на удалённый доступ для всех посторонних пользователей. Служба ИБ подключила SIEM-, EDR- и XDR-агенты к инфраструктуре и стала проводить мониторинг событий в настоящем времени.

Злоумышленник выделил среди работников Platformix потенциальных жертв (28 человек) с учётом проектов, над которыми они трудились. Фишинговое письмо было доставлено таким образом, чтобы не вызывать сомнений в его достоверности. При открытии фишингового письма устанавливался драйвер. Он отключал антивирус и осуществлял повышение привилегий. Когда была получена учётная запись для управления доменом, произошло дальнейшее развитие атаки.

Напишите вывод используя ответы на следующие вопросы:

Какие типы атак могут применяться против предприятий торговли?

Как выявить признаки АРТ-атаки?

Какие меры должны быть приняты при обнаружении атаки?

Почему важно своевременно реагировать на кибератаки?

Цель занятия: совершенствовать навыки использования мобильных приложений и инструментов в торговле для повышения эффективности работы.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет.

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Задача: ознакомиться с интерфейсом и возможностями приложения «Моби-С», выполнить задачи по оформлению заказов, контролю запасов и управлению торговыми операциями через мобильное приложение. Рассмотрите презентацию по ссылке: <https://mnsrv.ru/upload/medialibrary/9a9/9a922a276822c2909dc64efab942c995.pdf>.

Заполните таблицу «Преимущества внедрения мобильных приложений для торгового предприятия»

Вопросы	Характеристика Моби-С
Какие функции выполняет приложение «Моби-С»?	
Можно ли через «Моби-С» оформлять и отслеживать заказы?	
Какие преимущества мобильная торговля приносит предприятию?	
На каких устройствах работает приложение «Моби-С»?	
Как приложение помогает управлять запасами товара?	

Практическое занятие 11.

Тема: Работа с мобильным приложением «1С-Битрикс: Мобильное приложение».

Цель занятия: научиться использовать функционал 1С-Битрикс для оптимизации продаж и коммуникаций.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет.

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Задача: рассмотреть возможности приложения 1С-Битрикс, сформировать ответы на вопросы.

- Какое назначение мобильного приложения «1С-Битрикс»?
- Что такое CRM и как оно взаимодействует с приложением?
- Можно ли через приложение управлять клиентской базой?
- Какие задачи торгового бизнеса решаются с помощью приложения?
- На каких платформах доступно приложение?

Практическое занятие 12.

Тема: Работа с автоматизированной системой управления мобильной торговлей «Оптиум».

Цель занятия: повысить эффективность управления мобильной торговлей с помощью автоматизированных инструментов.

ИНСТРУКЦИОННАЯ КАРТА

Оборудование: рабочий стол, стул, компьютер с выходом в Интернет.

Приспособления: тетрадь, ручка, линейка, карандаш, ластик.

Характер выполнения работы: обучающиеся выполняют работу индивидуально.

Задачи:

1. Ознакомьтесь с интерфейсом и основными функциональными возможностями системы «Оптиум» (автоматизация учета товаров, управление мобильными торговыми точками, формирование отчетов).
2. Выполните имитацию работы с системой: введите данные о товарных остатках в мобильной торговой точке, оформите продажи и заказы через приложение.
3. Сформируйте отчет по итогам продаж и движению товаров за выбранный период.
4. Проанализируйте полученные данные и определите основные тенденции в торговле.
5. Подготовьте краткий письменный отчет о выполненной работе с описанием основных этапов, трудностей и выводами по эффективности использования системы, используя следующие вопросы:
 - Какова основная функция системы «Оптиум»?
 - Какие возможности автоматизации предоставляет система?
 - Как «Оптиум» помогает управлять запасами товаров?
 - Можно ли с помощью системы формировать отчеты?
 - На каких устройствах можно использовать систему «Оптиум»?