

Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Кафедра обліку, оподаткування та маркетингу



Лендел О.Д.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

**Методичні рекомендації до виконання
лабораторних робіт**

для студентів денної форми навчання
спеціальності 075 «Маркетинг» ОС «Магістр»

**Мукачево
МДУ 2016**

УДК 339:004(075.8)

ББК 65.42с51.я73

*Розглянуто та рекомендовано до друку науково-методичною радою
Мукачівського державного університету протокол № ____ від « ____ »
_____ 2016 р.*

*Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри обліку, оподаткування та
маркетингу протокол № 3 від 10 жовтня 2016 р.*

Рецензент

Л44

Лендел О.Д. «Електронна комерція»: методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з дисципліни для студентів денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійного ступеня «Магістр» / О.Д. Лендел - Мукачево: МДУ, 2016.- 32 с. (1,0 авт. арк.).

Анотація.

Подані методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт, що спрямовані на закріплення студентами теоретичного та практичного матеріалу з даної навчальної дисципліни. Розглянуто питання організації підприємств електронної комерції та використання електронних систем для здійснення ділових операцій.

Рекомендовано для студентів денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг».

© МДУ

© Лендел О.Д., 2016

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ».....	5
2. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
2.1. Тематичний план та розподіл навчального часу.....	6
2.2. Програмний матеріал блоків змістовних модулів.....	7
3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ.....	10
3.1. Загальні положення.....	10
3.2. План лабораторних занять.....	12
3.3. Методичні поради до виконання лабораторних робіт.....	22
4. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ ЗНАЬ З ДИСЦИПЛІНИ.....	24
4.1. Критерії оцінювання знань студентів.....	24
5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПОТОЧНОГО ТА МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ.....	27
6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	29

ПЕРЕДМОВА

Глобальне економічне зростання, технологічні інновації, консолідація світового промислового виробництва, дерегулювання ринків, економічні реформи призвели до бурхливого прогресу телекомунікаційної індустрії, розвитку нових інформаційних технологій.

Глобальна комп'ютерна мережа Інтернет є найбільшим у світі об'єднанням локальних мереж, створеним із метою забезпечення швидкого обміну інформацією. За лічені секунди мережа Інтернет відкриває доступ до величезних інформаційних ресурсів людства. Із власного персонального комп'ютера користувач може вести переговори з колегами у будь-яких країнах, отримувати найновіші програми, проводити відеоконференції та робити ще безліч корисних і цікавих справ, можливості для цього надає Інтернет. Саме ці революційні зміни в організації та забезпеченні взаємовідносин між користувачами Інтернет спричинилися до початку його використання в бізнес-процесах і, як наслідок, появи нового напрямку в розвитку інформаційних технологій - **електронної комерції**.

Сучасний бізнес характеризується як постійним зростанням можливостей компаній-постачальників, так і невпинним розширенням глобальної конкуренції та підвищенням рівня вимог замовників. У відповідь на це підприємці всього світу змінюють способи організації й управління своїм бізнесом. Змінюються управлінські структури, зникають бар'єри між підприємствами різних країн, відкриваються зарубіжні філії компаній, взаємодія між ними, їх замовниками і постачальниками спрощується. Бізнес-процеси перебудовуються і виходять на нові рубежі.

Нові технології забезпечення бізнесу, орієнтовані на масового споживача і масові послуги, зміна парадигм суспільного виробництва зі збільшенням ролі знань та кваліфікації стають самостійними напрямками розвитку Інтернет. Тепер Інтернет – розвинена інфраструктура, котра охоплює всі основні інформаційні центри, бази даних наукової та правової інформації, державні, комерційні організації, бібліотеки, банки, біржі й величезний віртуальний ринок усєї планети.

Підготовка висококваліфікованих фахівців вимагає органічного поєднання освіти і набуття навичок практичної діяльності економіста – маркетолога в сучасних методах організації збутової діяльності, комерції, взаємодії між виробниками і споживачами, фінансовими взаємовідносинами між суб'єктами бізнесу.

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

Вивчення електронної комерції сприятиме формуванню в майбутніх фахівців економічного профілю цілісної системи знань про електронну комерцію як складову електронного бізнесу, здобуттю практичних навичок із здійснення ділових операцій електронними засобами глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Цього можливо досягти за рахунок опанування:

- базових основ функціонування Інтернет;
- основних напрямів розвитку електронної комерції і способів її ведення;
- механізмів підтримки як електронної комерції, так і електронного бізнесу загалом: особливостями систем платежів для електронної комерції, правових аспектів комерції в Інтернет, специфіки реклами і маркетингу в глобальній мережі;
- проблем безпеки і захисту інформації під час здійснення ділових операцій через Інтернет;
- практичних аспектів роботи вітчизняних систем електронної комерції і перспектив їх розвитку.

Спеціаліст, чиї професійні, ділові інтереси фокусуються в галузі електронної комерції, повинен:

1) аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію в галузі електронної комерції;

2) обґрунтовувати прогностичні оцінки;

3) здійснювати закупівлі в Інтернет з використанням різноманітних електронних платіжних систем;

4) мати уявлення про:

- влаштування і принципи функціонування віртуальних крамниць;
- системи безпеки, які використовуються при розрахунках через глобальну мережу;
- віртуальні підприємства і віртуальні продукти;
- використання можливостей Intranet для корпоративного бізнесу.

Мета дисципліни: формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі.

Завданням курсу «Електронна комерція» є формування у студентів розуміння сутності електронного бізнесу та е-комерції; вивчення видів та моделей е-бізнесу; усвідомлення сутності системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі; вивчення: основних учасників та компонентів ринку електронної комерції.

Предметом курсу «Електронна комерція» є основні положення ведення сучасного бізнесу, яка включає розповсюдження інформації у світовій інформаційній мережі, здійснення замовлень і платежів, доставка товарів через комунікаційні мережі і віртуальне співробітництво в процесі розробки нових товарів.

2. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Тематичний план та розподіл навчального часу

Відповідно до освітньо-професійної програми підготовки на вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція» передбачено 3 кредити - 90 години. Тематичний план та розподіл навчального часу для денної та заочної форми навчання наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Тематичний план та розподіл навчального часу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у тому числі		
л		лаб	інд. та с.р.	
1	2	3	4	5
Модуль 1				
Змістовий модуль 1. Загальні засади електронної комерції				
Тема 1. Основні положення електронної комерції	10	2	2	6
Тема 2. Формування моделі електронної комерції. Електронні ринки	10	2	2	6
Тема 3. Електронна комерція B2B та B2C	10	2	2	6
Тема 4. Інтерактивне банківське обслуговування та система електронних платежів	10	2	2	6
Разом за змістовим модулем 1	40	8	8	24
Змістовий модуль 2. Базові компоненти електронної комерції				
Тема 5. Маркетинг і реклама в мережі Інтернет	12	2	2	8
Тема 6. Організація надання послуг в електронній комерції	10	1	1	7
Тема 7. Віртуальні підприємства та віртуальний офіс	10	1	1	9
Тема 8. Організаційно-правове забезпечення та безпека в електронній комерції	10	2	2	6
Разом за змістовим модулем 2	42	6	6	30
<i>Контрольний захід</i>	8		2	6
Усього годин	90	14	16	60

2.2. Програмний матеріал блоків змістовних модулів

Змістовий модуль 1. Загальні засади електронної комерції

Тема 1. Основні положення електронної комерції

Історія становлення та основні сфери застосування електронного бізнесу. Сутність та основні поняття електронної комерції. Електронна комерція як навчальна дисципліна. Нова економіка.

Поняття електронного бізнесу. Переваги електронного бізнесу. Електронні фінанси. Електронне адміністрування. Інтерактивний маркетинг. Екстранет. Інтранет. Телеробота. Віртуальні підприємства. Дистанційне навчання. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як основа Електронної комерції. Інтернет — всевітня «мережа мереж». Взаємодія мереж.

Типи і категорії електронної комерції. Бізнес для бізнесу (B2B). Бізнес для споживача (B2C). Бізнес для адміністрації (B2A). Споживач для адміністрації (C2A). Споживач для споживача (C2C). Концепція електронного уряду. Національна програма інформатизації України.

Принципи та переваги електронної комерції. Бар'єри на шляху електронної комерції. Напрямки використання Інтернет у бізнесі. Еволюція бізнесу в Інтернет.

Тема 2. Формування моделі електронного бізнесу. Електронні ринки

Основні характеристики економічної моделі електронного бізнесу. Моделі електронного бізнесу. Стратегія поведінки фірми на ринку електронної комерції. Моделі електронного бізнесу. Посередницька модель. Віртуальний супермаркет. Модель зворотного аукціону. Модель інформатора. Пошуковий агент. Рекламна модель. Узагальнений портал. Модель стимулюючого маркетингу. Безкоштовна модель. Модель торгових знижок. Модель інформаційного посередництва. Реєстраційна модель. Торгова модель. Виробнича модель. Модель приєднання. Модель співтовариств. Модель передплати. Сервісна модель. Модель добровільної участі.

Нові ролі на ринку електронної комерції. Електронні посередники. Інтерактивні біржі й аукціони. Механізм функціонування електронних ринків. Джерела доходу електронних ринків. Ризики функціонування та переваги роботи на електронних ринках. Складові успіху та перспективи розвитку електронних ринків.

Тема 3. Електронна комерція B2B та B2C

Еволюція електронної комерції. Функції електронної комерції B2B. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Види і структура електронних торговельних майданчиків. Переваги електронної комерції B2B. Форми електронної комерції B2B. ERP-системи. CRM-системи. SCM - Supply Chain Management (управління ланцюжками постачань). Взаємодія з клієнтами. Диференціація клієнтів. Ідентифікація клієнтів. SCM-додатки. АСУ. Систематизація ринків B2B. Типи ринків B2B. Емерджентна категорія: Е-Хаби. Модель ASP. ППЕ-хаби (MRO hubs). Хаби-каталоги. Перспективи розвитку електронної комерції B2B в Україні. Інтернет-представництва бізнес-структур.

Сфера застосування електронної комерції B2C. Фактори успіху та джерела доходу роздрібною електронною комерцією. Поняття Інтернет-магазину та особливості його функціонування. Класифікація Інтернет-магазинів. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Характеристика методів розрахунку за придбаний товар. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині. Електронні моли як перспективна форма Інтернет-торгівлі. Суть і особливості віртуальних аукціонів. Типи аукціонів та товари, що продаються на Інтернет-аукціонах. Організаційне забезпечення Інтернет-аукціонів.

Тема 4. Інтерактивне банківське обслуговування та система електронних платежів

Теоретичні основи інтерактивного банківського обслуговування. Сутність та тенденції розвитку Інтернет-банкінгу. РС-банкінг та інтернет-банкінг. IP-телефонія, стільниковий і пейджинговий зв'язки. Інтерактивне банківське обслуговування в Інтернет. Системи Інтернет-банкінгу. Приклади реалізації послуг Інтернет-банкінгу Security First Network Bank. Тенденції розвитку Інтернет – банкінгу у світі.

Банківські і фінансові системи. Системи міжбанківських платежів (CHIPS, SWIFT, СЕП НБУ). Системи оплати роздрібних покупок (АТМ). Системи віддаленої оплати (домашній банкінг). Системи on-line-платежів. Електронні гроші. Електронні чеки (NetCheque). Смарт-карти і дебетові карти.

Транзакції в Інтернет. Основні види платіжних систем і Інтернет. Вимоги до платіжних систем. Приклади платіжних систем в Інтернет. Система SIPS (Simple Internet Payment System). Зашифровані кредитні карти (SSL, CyberCash, SET-шифрування). Авторизація, проведена третьою стороною (First Virtual). Обмін відкритим текстом. Системи, що використовують шифрування обміну. Системи з використанням посвідчень. Клірингові системи Інтернет. Цифрова готівка (РС-варіант. Технології електронних грошей. Смарт-карти.

Змістовий модуль 2. Базові компоненти електронної комерції

Тема 5. Маркетинг і реклама в мережі Інтернет

Інтерактивний маркетинг. Концепція вірусного маркетингу. Pull-маркетинг. Push-маркетинг. Маркетингові дослідження в Інтернет. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку. Особливості маркетингу в мережі Інтернет. Визначення цільової аудиторії в електронній комерції.

Особливості реклами в мережі Інтернет. Цінові моделі розміщення реклами. Оплата по кількості показів. Фіксована оплата. Оплата по кількості відвідувачів. Оплата в залежності від кінцевого результату. Порівняльний аналіз цінових моделей. Банерна реклама. Методи банерної реклами. Критерії вибору рекламних площадок. Реєстрація сайту в Web-каталогах і індексація сайту пошуковими системами. Реклама з використанням електронної пошти і списків розшукування і дискусійних аркушів. Розсилання індивідуальних листів. Спам. Реклама з використанням служб телеконференцій і дощок оголошень. Розсилання новин сервера. Партнерські програми.

Тема 6. Організація надання послуг в електронній комерції

Особливості надання послуг в мережі Інтернет. Інтернет-трейдинг як специфічний вид послуг. Організація надання банківських послуг через Інтернет. Електронний фінансовий супермаркет. Електронні страхові послуги. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг. Консалтингові послуги. Туристичні послуги в мережі Інтернет. Схема надання туристичних послуг в Інтернет.

Мобільна електронна комерція. Передумови розвитку мобільної Е-комерції. WAP-протокол. Мобільні мережі. Мобільні термінали. Bluetooth. Картки SIM та інтелектуальні картки.

Тема 7. Віртуальні підприємства та віртуальний офіс

Поняття віртуального підприємства. Віртуальні підприємства та віртуальний офіс. Класи віртуальних підприємств. «Життєвий цикл» та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Технологічні засоби для побудови віртуальних підприємств. Етапи створення віртуального підприємства. Віртуальний офіс та телеробота. Системи дистанційного навчання та управління знаннями.

Функціональні можливості. Обмін бізнесовою (наприклад, замовленнями) і технічною інформацією. Розподіл інформації: каталоги, ринкова інформація, профілі компанії. Розповсюдження інформації: пропозиції для тендерів, новини. Безпека та автентифікація інформації. Перегляд і механізми повідомлення. Обробка на основі стандартів (EDIFACT, STEP). Креативні та конфігураційні функціональні можливості. Координаційні функціональні можливості.

Локальна координація (підтримка workflow у кожному вузлі). Партнерський інжиніринг. STEP (технічні дані продукції), EDI (для електронного обміну в межах бізнес-угод). Системи управління потоком робіт (workflow). Бізнес-процеси. Основні процеси. Допоміжні процеси. Управління знаннями.

Програмні агенти та мультиагентні системи. Можливості обміну інформацією. Проектування процесів. Реінжиніринг бізнес-процесів. Моніторинг процесів. Віртуальне підприємство і системи workflow.

Тема 8. Організаційно-правове забезпечення та безпека в електронній комерції

Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Правові аспекти ведення електронного бізнесу. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Методи визначення ефективності електронної комерції. Напрями оцінки ефективності електронної комерції. Стандарти відкритих Інтернет-протоколів. Сервіси транзакцій. Сервіси подій. Сервіси повідомлень.

Проблеми безпеки. Захист персональної інформації в Web. Безпека електронного бізнесу. Довіра споживачів у Web. Страхування електронного бізнесу. Сертифікація учасників електронного бізнесу. Правомочності використання персональної інформації. Сертифікація учасників електронного бізнесу.

3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ

3.1. Загальні положення

У відповідності з навчальним планом вивчення дисципліни «Електронна комерція» студенти денної форми навчання повинні виконати 7 лабораторних робіт, метою виконання яких є поглиблене вивчення та закріплення теоретичних знань з курсу, вирішення практичних ситуацій, розвиток та закріплення навичок з практичного використання можливостей Е-комерції.

Студент повинен вміти самостійно формувати проблему дослідження, виконувати пошук необхідної інформації, аналізувати ситуацію на ринку та реальні факти, пов'язані з здійсненням Е-комерції.

Виконувати лабораторну роботу доцільно на прикладі і з використанням даних конкретних електронних (Інтернет) сервісів, компаній, що працюють на ринку Е-комерції, інформаційних та довідкових систем. Рекомендовані пошукові системи: Google (<http://www.google.com.ua/>), Bing (<https://www.bing.com>), Yahoo (<http://www.yahoo.com/>), Meta (<http://meta-ukraine.com/>), Український портал (<http://www.uaportal.com/>), Rambler (<http://www.rambler.ru/>), Yandex (<http://www.yandex.ru/>).

Лабораторна робота виконується відповідно до завдання та варіанту, номер якого визначає викладач, у програмі MS Word, MS Excel або MS PowerPoint з пакету офісних програм MS Office for Windows (або Office 365) і у відповідному форматі файлу надсилається у електронною поштою на адресу: O.Lendyel@mail.msu.edu.ua (або здається викладачеві на електронному носії – дискеті чи компакт диску). Назва файлу повинна містити номер лабораторної роботи та прізвище студента. Наприклад: Руснак_Лаб_роб_1.docx. В темі електронного листа також необхідно вказати номер лабораторної роботи та прізвище студента.

До виконання роботи – студент вдома повинен підготувати чернетку. Чернетка повинна бути в кожного студента в окремому зошиті або листах паперу. Перед початком роботи потрібно обов'язково показати чернетку викладачу. В чернетці повинні бути занесені Web-адреси сайтів чи пошукові запити відповідно до тематики лабораторної роботи. За відсутності чернетки, чи відсутності необхідних записів в чернетці, студент вважається не підготовленим, й не допускається до виконання лабораторної роботи! Перед виконанням роботи в окремих випадках викладач може задати питання студенту, що стосуються ходу виконання роботи. У випадку, якщо відповідь буде невірною, або її взагалі не буде, студент також вважається не підготовленим до заняття.

До захисту не допускаються студенти, в яких відсутній звіт по лабораторній роботі. У випадку помилок чи недоробок, на які вказав викладач, їх потрібно виправити, і тільки після цього, можна захищати роботу.

Оформлені таким чином роботи повинні бути захищені у визначені викладачем строки. При співбесіді студент повинен знати відповідний теоретичний матеріал та вміти вирішувати поставлені йому завдання на комп'ютері. У випадку повної й вірної відповіді студенту зараховується ця лабораторна робота. У випадку неповної

відповіді, чи відповіді з несуттєвими помилками, викладач задає декілька додаткових питань, якщо студент на їх відповідає – отримує захист, в іншому випадку – він може захищати цю роботу на наступному занятті. Захист роботи на наступне заняття переноситься також в випадку невірної, чи відсутньої відповіді на основне питання.

5.2. План лабораторних занять

Лабораторна робота №1.

Тема: Основні положення електронної комерції.

Мета: Ознайомлення з можливостями ведення бізнесу в електронних мережах. Вивчення основних учасників та компонентів ринку електронної комерції. При вивченні даної теми особлива увага має бути приділена розумінню основних понять і категорій.

Завдання до роботи:

1. Використовуючи пошукові системи та каталоги знайдіть Інтернет-ресурси щодо підтримки е-комерції.

2. Визначити основні напрямки розвитку сучасного електронного бізнесу. Провести порівняльну характеристику основних сфер електронної комерції та визначити їх переваги для основних суб'єктів ринку товарів та послуг. Навести приклади реалізації електронної комерції та дати їх стислий опис.

3. Провести графічний аналіз динаміки розвитку світового та вітчизняного електронного ринку за результатами пошуку відповідної інформації, визначити темпи росту показників основних сфер електронної комерції. Побудувати стовпчикову діаграму для відображення динаміки росту показників основних сфер електронної комерції в світі та в Україні (кількість користувачів, кількість транзакцій, оборот електронного ринку товарів та послуг, темпи росту ринку Е-комерції в порівнянні з попереднім роком).

4. Дослідити рівень розвитку електронного уряду в Україні відповідно до визначених планів розвитку. Порівняйте системи функціонування електронного уряду в Україні - Верховна Рада України - <http://www.rada.gov.ua/>, Президент України - <http://www.president.gov.ua/>, Урядовий портал <http://www.kmu.gov.ua/>, Закарпатська обласна державна адміністрація - <http://carpathia.gov.ua/>, інші веб ресурси електронного уряду, а також використовуючи пошукові системи знайдіть та ознайомтеся з аналогічними ресурсами системи електронного уряду іншої країни (згідно варіанту чи погодити з викладачем іншу країну для порівняння):

варіант 1) Росії;

варіант 2) Казахстану;

варіант 3) США;

варіант 4) Канади;

варіант 5) Бразилії;

варіант 6) Угорщини.

Оцінку провести по основним напрямкам (не включати технічні питання, зв'язані із швидкістю завантаження сторінок і роботи з сайтом): інформація, дизайн, навігація, дизайн інформації, дизайн навігації, інформація навігації, наявність адміністративних послуг (можна додати власні напрями оцінювання). Результати оцінювання оформити у вигляді таблиці.

5. Розглянути можливості Єдиного державного порталу адміністративних послуг (<https://poslugy.gov.ua/>) та порталу Державних публічних закупівель (<https://prozorro.gov.ua/>), охарактеризувати їх та порівняти з аналогічними сервісами

країни, яка досліджувалася в попередньому завданні за критеріями: доступності, зручності у використанні, переліку послуг, швидкості отримання послуг чи інформації, формат звернення-відповідь, технічна підтримка та візуальне оформлення.

Література: [1, 4, 5, 6, (доп. 2, 4, 5, 6)].

Лабораторна робота №2.

Тема: Формування моделі електронного бізнесу. Електронні ринки.

Мета: Дослідити моделі електронного бізнесу і їхню відмінність від традиційного бізнесу. Навести приклади організації електронних ринків.

Завдання до роботи:

1. Використовуючи пошукові системи та каталоги знайдіть вітчизняні підприємства та організації які надають можливість замовляти, бронювати чи купляти:

варіант 1) квитки на залізничний, автобусний, водний чи повітряний транспорт;

варіант 2) квитки в кінотеатри, музеї, театри, на концерти тощо;

варіант 3) туристичні путівки, проживання в готелях, базах відпочинку, пансіонатах тощо.

2. Знайдіть аналогічні закордонні компанії чи сервіси. Порівняйте їх та визначіть можливість замовлення в Україні послуг закордоном і навпаки чи можна придбати аналогічні послуги в Україні використовуючи сервіси закордонних компаній.

3. Дослідіть електронний ринок:

варіант 1) програмного забезпечення в Україні та за кордоном, знайдіть та опишіть роботу на даному ринку посередників та компаній що пропонують власні розробки (не менше 4-х в кожній категорії);

варіант 2) інформації (по категоріям: фінансова інформація, юридична, комерційна, нормативна, науково-технічна, маркетингова – не менше 3-х сайтів в кожній категорії);

варіант 3) індустрії туризму в Україні та за кордоном (знайдіть пропозиції щодо відпочинку на Закарпатті на сайтах підприємств України, Росії та інших країн (не менше 4-х). Визначте місце та роль туристичних порталів на ринку туризму);

варіант 4) продуктів харчування (в тому числі ел. ринки с/г продукції, напівфабрикатів для харчової промисловості, харчових добавок, кондитерських виробів – по 2 в кожній категорії);

варіант 5) будівельних матеріалів (виберіть 5 категорій буд. товарів по яких дослідіть не менше 2-х ринків для кожної категорії);

варіант 6) комп'ютерної техніки та аксесуарів (не менше 10).

Опис електронних ринків проводити за такими критеріями:

Назва електронного ринку (Інтернет магазину, підприємства чи порталу), електронна адреса. географічний район діяльності, напрямок діяльності магазину, групи товарів, якими торгує, умови, способи оплати товарів, умови доставки, зручність навігації та оформлення, наявність додаткових сервісів і послуг, що вам сподобалось в організації, які недоліки, на вашу думку, присутні в організації

електронних ринків. Визначіть рівень сервісу та обсяги пропонуємих послуг, порівняйте сайти, зокрема дослідіть наявність сторінок в Інтернет, відповідно до заданих категорій, підприємств Закарпатської області.

4. У відповідності з даними таблиці 1 класифікувати сайти за основними напрямками і моделями ЕК. Результати оформити у текстовому файлі за формою таблиці 2.

Таблиця 1

Моделі електронної комерції за окремими напрямками

B2B		B2C	C2C
Модель агрегації (вертикального електронного торговельного майданчика, e-marketplace)		Модель електронної крамниці	Модель он-лайнного споживацького аукціону
Модель торговельного концентратора (інформаційного бізнес-порталу з торговельним майданчиком)		Модель електронного торговельного центру (електронного молу, E-mall)	
Модель дошки об'яв		Модель он-лайнного аукціону	
Модель он-лайнних аукціонів: <ul style="list-style-type: none"> • звичайних; • зворотних 			
Модель цілком автоматичної біржі			
Сумісна комерція компаній:			
<ul style="list-style-type: none"> • довідники; • новини; • посилання на актуальні ресурси і послуги; • стрічка новин; 	<ul style="list-style-type: none"> • дискусійні форуми; • календар подій; • інформація про вакансії і резюме 		

Таблиця 2

Адреса Web-сайта	Галузь чи сфера діяльності	Бізнес-модель ЕК	Напрямок ЕК
http://lp.zakupki.com.ua/			
https://graintrade.com.ua			
http://www.gold9999.ua/			
http://www.derevo.info/			
http://www.ukrfood.com.ua/			
http://www.itkom.com.ua/index.php3			
https://flagma.ua/			
http://www.ebay.com/			
http://www.mukachevo.net/			
http://meta.ua/			
http://football.sport.ua/			
http://www.bkc.com.ua/			
http://www.booking.com/			
http://prom.ua			
http://kabanchik.ua/			
http://www.alibaba.com/			
http://price.ua			
https://www.work.ua/			
https://auto.ria.com			
https://www.ukr.net/			

Література: [2, 3, 5, 6, (дон. 4)].

Лабораторна робота №3.

Тема: Електронна комерція В2В та В2С.

Мета: Вивчення сфери застосування та прикладів реалізації електронної комерції В2В та В2С, дослідження стану та перспектив розвитку в Україні. Отримати уявлення про організацію Інтернет-магазинів та механізм їх функціонування.

Завдання до роботи:

- 1) Вибрати із списку, наданого викладачем або знайти в Інтернет за допомогою пошукових систем чотири українські електронні магазини.

Перелік українських електронних магазинів та їх рейтинг можна знайти за адресою <http://top.bigmir.net/show/e-shops/>.

Перелік українських електронних магазинів:

1. <http://rozetka.com.ua/> - інтернет-магазин Розетка™;
2. <http://www.bambook.com/> - книжковий інтернет магазин;
3. <https://f.ua/> - інтернет-магазин F.ua;
4. <http://stylus.ua/> - інтернет-магазин «Stylus»;
5. <http://www.citrus.ua/> - інтернет-магазин Цитрус;
6. <http://allo.ua/> - інтернет-магазин компанії «Алло»;
7. <http://telemart.ua/> - інтернет-магазин «Телемарт»;
8. <http://deshevshe.net.ua/> - інтернет-магазин deshevshe.net.ua;
9. <http://www.skidka.ua/> - інтернет-магазин електроніки і побутової техніки;
10. <http://comfy.ua/> - інтернет-магазин компанії «Комфи трейд»;
11. <http://antoshka.ua/> - інтернет-магазин Антошка;
12. <https://kinder.ua/> - інтернет-магазин Kinder.ua;
13. <https://gold.ua/> - ювелірний інтернет-магазин;
14. <http://es.com.ua> – інтернет-магазин EuroSouvenir;
15. <http://www.mazhor.kiev.ua/> - інтернет-магазин Мажор;
16. <http://www.umka.com.ua> - інтернет-магазин УМКА;
17. <http://www.mobilluck.com.ua/> - інтернет-магазин Мобілак;
18. <http://fotomag.com.ua/> - інтернет-магазин FotoMag;
19. <https://intertop.ua/> - інтернет-магазин INTERTOP;
20. <http://www.bonprix.ua/> - інтернет-магазин bonprix.ua;
21. <http://shoes.ua/> - інтернет-магазин shoes.ua;
22. <https://diag.com.ua> - інтернет-магазин «Доктор Диаг»;
23. <http://www.expedition.com.ua/> - інтернет-магазин «Експедиція»;
24. <http://www.matrix.com.ua/> - інтернет-магазин Matrix.

У вікні Інтернет-броузера вказати адресу кожного з обраних електронних магазинів та відкрити відповідні сайти.

- 2) Детально ознайомитися з роботою кожного електронного магазину.
- 3) Оформити звіт про лабораторну роботу, в якому описати електронний магазин за наступними позиціями:
 - Назва магазину.
 - Електронна адреса.

- Географічний район діяльності.
 - Напрямок діяльності магазину.
 - Групи товарів, якими торгує магазин.
 - Які можливості надає покупцю (меню).
 - Як формується "кошик замовлення" в магазині.
 - Як зробити замовлення в магазині (описати також реєстрацію).
 - Які умови, способи оплати товарів.
 - Які умови доставки.
 - Що сподобалось в магазині.
 - Які недоліки, на вашу думку, присутні в організації магазину.
- 4) На основі проведеного аналізу обраних магазинів сформувані вимоги до створення нового магазину за наступними позиціями:
- Назва магазину
 - Бажана електронна адреса
 - Напрямок діяльності магазину та цільовий ринок магазину
 - Вимоги до інформації (повнота та змістовне наповнення) про товари, що реалізуються
 - Вимоги до процесу створення "кошика замовлення" (спосіб його представлення та змістовне наповнення)
 - Способи оплати товарів, що мають бути задіяні у магазині
- 5) Порівняйте роботу торгових майданчиків: <http://www.ua.all-biz.info/uk/> та <http://rusbiz.ru/> за аналогічними критеріями.
- 6) Зареєструйтесь на Інтернет-аукціонах E-bay (<http://www.ebay.com/>) та Aliexpress (<https://ru.aliexpress.com/>), знайдіть 3 які-небудь однакових товари на одному та іншому аукціоні і порівняйте можливості торгівлі, придбання, оплати та доставки.

Література: [2, 4, 5, 6, (доп. 1, 2, 3)].

Лабораторна робота №4

Тема: Інтерактивне банківське обслуговування та системи електронних платежів

Мета: Ознайомлення з послугами інтерактивного банківського обслуговування використовуючи Інтернет чи телефонний зв'язок. Вивчення платіжних систем та порівняння засобів електронних розрахунків.

Завдання до роботи:

1. Порівняйте 2 пари сервісів по обслуговуванню електронних платежів в електронній комерції в Інтернет із запропонованих нижче:

1. PayMaster (<https://paymaster.ua>) та e- Google Wallet (<https://www.google.com/wallet/>);
2. WayForPay Ukraine (<https://wayforpay.com/>) та Web Money (<http://www.webmoney.ru/>);
3. iPay (<https://www.ipay.ua/>) та PayPal (<https://www.paypal.com/>);
4. EasyPay (<https://easypay.ua/>) та Яндекс.Деньги (<https://money.yandex.ru/>);
5. RBK Money (<http://www.rbkmoney.com/ru>) та (<https://ukrpays.com/>);
6. LiqPay (<https://www.liqpay.com/>) та Paymentwall (<https://www.paymentwall.com/ru/>);
7. Platon (<http://platon.ua/>) та PayOnline (<https://payonline.ru/>).

Опишіть послуги які вони пропонують та проведіть експертну оцінку їх відповідності потребам електронного ринку.

2) Останні роки великої популярності набуває інтернет-страхування. Найбільшим страховим Інтернет-представництвом є сайти:

1. Страхування онлайн (<http://e-polis.ua/>);
2. Мой страховою агент. (<http://myagent.com.ua/>);
3. Osgro страхування (<http://osgpro.com.ua/>) та інші.

Проаналізуйте контент сайтів даних компаній, опишіть стан та перспективи розвитку Інтернет-страхування. Які компанії в Україні пропонують подібні послуги?

3. Проаналізуйте банківську систему в Україні, відшукайте сторінки в Інтернет кількох банків (або сторінки відповідних банківських сервісів) та порівняйте їх за кількістю послуг Інтернет-банкінгу та можливостей інтерактивного обслуговування клієнтів з системою КБ «Приватбанк» (<http://www.privatbank.ua/>, <http://www.privat24.ua/>).

Оформити звіт про лабораторну роботу за такими позиціями:

Опис банківської установи

- Назва банку.
- Електронна адреса.
- Географічний район діяльності.
- Перелік банківських продуктів, що надаються в Інтернет.
- Умови оплати банківських продуктів, що надаються в Інтернет.
- Які недоліки, на вашу думку, присутні в організації сайта банківської установи.

Література: [2, 4, 5, 6, (доп. 1, 2, 3)].

Лабораторна робота №5

Тема: Маркетинг та реклама в мережі Інтернет

Мета: Ознайомлення з можливостями маркетингової діяльності в Інтернет. Вивчення основних учасників та компонентів ринку електронної комерції.

Завдання до роботи:

1. Ознайомитися з особливостями аналізу якості Інтернет-представництва комерційної структури. Виберіть 3 вітчизняні компанії та 3 закордонні, які мають офіційні веб-сторінки в Інтернет та оцініть їх ефективність з точки зору відповідності маркетинговій діяльності.

Оцінку здійсніть на основі критеріїв ефективності представлення матеріалів та критеріїв результативності – статистики відвідування сторінки.

2. Ознайомитися з порядком замовлення маркетингових послуг в мережі Інтернет. Використовуючи пошукові системи знайдіть агентства чи посередників, які надають маркетингові (рекламні, дослідницькі та ін.) послуги. Дослідіть умови замовлення таких послуг та умови співпраці з маркетинговими посередниками.

3. Ознайомитися з особливостями функціонування реклами в мережі Інтернет. Узагальніть умови розміщення в Інтернет рекламних матеріалів основних операторів рекламного ринку в Інтернет.

Складіть порівняльну таблицю:

- 1) переваг та недоліків контекстної та медійної реклами;
- 2) переваг та недоліків реклами в соціальних мережах та реклами на спеціалізованих порталах.

Література: [3, 4, 6, (доп. 2)].

Лабораторна робота №6

Тема: Організація надання послуг в електронній комерції

Мета: Ознайомлення з можливостями ведення бізнесу в електронних мережах. Вивчення механізму надання послуг в мережі Інтернет.

Завдання до роботи:

1. Використовуючи пошукові системи та каталоги знайдіть Інтернет ресурси, які надають можливість отримувати наступні послуги:

а) он-лайн консультації:

варіант 1) юридичні;

варіант 2) з ведення бізнесу (управління, бухоблік, маркетинг);

варіант 3) медичні;

варіант 4) інші послуги (погодити з викладачем).

б) технічна підтримка в Інтернет (створення веб-сайту, веб-дизайн, адміністрування);

в) послуги з просування сайту (веб-сторінки) в Інтернет (пошукова оптимізація, копірайтинг, унікальність контенту);

г) Інтернет-трейдингу.

Результати пошуку оформіть у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1.

№ п/п	Тип сайту	Перелік послуг, що надаються	Особливості побудови сайту (структура, меню, дизайн)	Сфера застосування	Спосіб розрахунку, гарантії та безпека
1.					

2. Ознайомтесь з роботою Інтернет-ресурсів, які пропонують послуги:

а) віддаленої роботи (телеробота);

б) дистанційного навчання;

в) Інтернет аутсорсингу традиційних послуг.

Опишіть послуги які вони пропонують та проведіть експертну оцінку їх відповідності потребам електронного ринку.

3. Дослідіть класи віртуальних підприємств та опишіть «життєвий цикл» і необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Наведіть приклади віртуальних підприємств (не менше 3-х) та опишіть особливості їх функціонування (сферу, структуру та визначіть основні конкурентні переваги в порівнянні з традиційним бізнесом).

Література: [3, 5, 6, (доп. 1)].

Лабораторна робота №7

Тема: Організаційно-правове забезпечення та безпека в електронній комерції

Мета: Вивчення тенденцій розвитку електронної комерції та ознайомлення з сучасними інформаційними технологіями які складають основу електронного бізнесу. Дослідження проблем безпеки в електронному бізнесі та правових основ його ведення.

Завдання до роботи:

1. Використовуючи пошукові системи знайдіть Інтернет сервіси які пропонують послуги в сфері:
 - 1) захисту особистої інформації про користувача,
 - 2) захисту інтелектуальної власності чи іншої інформації,
 - 3) засоби гарантування безпеки зв'язку або сервіси які виступають в якості таких гарантів.Опишіть послуги які вони пропонують та проведіть експертну оцінку їх відповідності потребам електронного ринку.
2. Дослідіть сферу використання електронного цифрового підпису в електронній комерції. Знайдіть компанії, які пропонують послуги електронного цифрового підпису. Згенеруйте сертифікат власного електронного цифрового підпису та використовуючи його підпишіть електронним ключем електронний лист чи скористайтесь електронним цифровим підписом для отримання послуг в Інтернет.
3. Технології шифрування інформації в Інтернет. На прикладі веб-ресурсів з електронної комерції (3 веб-сайти на вибір) визначте які засоби безпеки використовуються на даних сайтах. Визначіть чи відповідають застосовувані технології шифрування сучасним вимогам.
4. Які на Вашу думку перспективи розвитку Електронної та мобільної комерції?

Література: [1, 2, 3, 6, (доп. 2, 4)].

5.3. Методичні поради до виконання лабораторних робіт

Виконання лабораторної роботи має на меті закріпити практичні навички роботи в мережі Інтернет в сфері електронної комерції та маркетингу.

Виконання лабораторної роботи слід почати з ознайомлення основних теоретичних положень відповідної теми конспекту лекцій чи підручників та навчальних посібників з переліку рекомендованої літератури (підготовка здійснюється до аудиторного заняття). Виконання роботи здійснюється в комп'ютерному класі.

Після того як у вас сформувався достатній уявлення про зміст та основні поняття теми можна приступати до виконання лабораторної роботи.

Звіт про виконання лабораторних робіт обов'язково повинен містити:

- номер лабораторної роботи;
- тему лабораторної роботи;
- мету роботи;
- завдання для виконання роботи;
- хід виконання лабораторної роботи (детальний опис виконання роботи по пунктах);
- результати виконання та детальні висновки. Висновки повинні бути докладними, а не тільки у вигляді: «... краща сторінка, ... зручна навігація». Потрібно зробити порівняння характеристик та параметрів чи здійснити експертну оцінку.

Всі дії в процесі виконання лабораторної роботи та результати записуються в «Хід виконання лабораторної роботи». Такими записами можуть бути пошукові запити, описи веб-сайтів, електронних ресурсів, їх характеристики тощо.

Послідовність виконання лабораторної роботи передбачає:

1. Ввійти в операційну систему Windows, а потім в мережу Інтернет за допомогою одного з браузерів: Microsoft Internet Explorer, Firefox, Opera чи Google Chrome.

2. У рядок, відведений для адреси, ввести адресу пошукової системи для пошуку необхідних інтернет-ресурсів для виконання лабораторної роботи. Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.

3. Виконати завдання передбачені планом лабораторної роботи.

Виконуються всі пункти ходу роботи відповідно до мети та поставлених завдань: пошук інформації, здійснення трансакцій, порівняння сервісів, порівняння сайтів. Обов'язково наводити кілька прикладів по кожному завданню (не менше 3-х) і результати пошуку чи порівняння – фіксувати шляхом копіювання зображення екрану комп'ютера – скріншоту (отримання скріншоту –клавіша PrintScrn) та супроводжувати відповідними поясненнями. Якщо результат виконаної роботи збережено на відділеному ресурсі в лабораторній роботі записується інтернет посилання на ресурс та вказується спосіб доступу.

При виконанні лабораторних робіт важливим інструментом є пошукові системи. Тому при виконанні лабораторних робіт треба приділяти увагу підбору правильних ключових слів. Використовувані ключові слова чи пошукові запити обов'язково повинні бути зазначені в ході виконання лабораторної роботи.

4. Після завершення виконання завдань робиться висновок по виконаним

завданням.

5. Якщо з технічних причин виконати завдання неможливо (недоступний інтернет ресурс) за погодженням з викладачем дозволяється змінити вихідні дані для виконання лабораторної роботи.

6. Останнім етапом виконання лабораторної роботи є її захист. Оцінка за лабораторну роботу виставляється згідно критеріїв під час її захисту

4. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Критерії оцінювання знань студентів

Контроль навчальної роботи студентів денної форми навчання здійснюється під час аудиторних занять, що проводяться відповідно до розкладу, а також шляхом перевірки результатів самостійної та індивідуальної роботи студентів, виконаних ними завдань, передбачених робочою програмою дисципліни.

Метою поточного контролю є перевірка у студентів рівня набутих на лекціях, лабораторних заняттях та шляхом самостійного вивчення програмного матеріалу фахових знань та умінь. Поточний контроль здійснюється персоналізованим оцінюванням роботи кожного студента.

Об'єкти поточного контролю знань студентів з дисципліни «Електронна комерція» поділяються на обов'язкові та вибіркові, в основу яких покладено роботу студентів, як всієї групи так і у малих групах. Групова робота студентів також може оцінюватися окремо у відповідності із поданими нижче критеріями оцінювання.

До обов'язкових належать завдання, які студенти повинні виконати обов'язково під час опанування даної дисципліни. До вибірових належать завдання, які виносяться на самостійне опанування студентами. Кожне завдання оцінюється за вітчизняною чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».

У поточному контролі знань студентів з дисципліни «Електронна комерція» оцінюванню підлягають наступні обов'язкові елементи: якість виконання лабораторних робіт; якість виконання індивідуальних завдань; якість виконання контрольних робіт, тестування з окремих тем (модулів) дисципліни; якість написання рефератів; рівень знань, набутий при самостійному опрацюванні тем чи окремих питань тощо.

Оцінка якості виконання лабораторних робіт передбачає контроль:

- рівня знань, продемонстрованого студентами під час виконання та захисту лабораторних робіт;
- результатів виконання і захисту контрольних та практичних робіт чи інших індивідуальних завдань;
- участі у розв'язанні практичних ситуацій, ділових іграх, тренінгах, а також у інших формах роботи студентів.

Перелік вибірових видів робіт включає: аналітичний (критичний) огляд наукових публікацій; підготовку рефератів та їх презентацію; виконання ситуаційних завдань; написання есе; участь у студентських конференціях, гуртках, конкурсах, олімпіадах за тематикою дисципліни. Протягом навчального семестру студентам необхідно виконати не менше двох видів робіт з переліку вибірових, середньозважена оцінка за які входить до підсумкової оцінки.

Критеріями оцінки виконання лабораторної роботи є:

- виконання роботи в повному обсязі та у відведений час;
- уміння працювати з пошуковими системами та програмними засобами в мережі Інтернет;
- самостійність при виконанні завдань лабораторних робіт:

- додержання правил техніки безпеки;
- акуратність і додержання єдиних вимог чинних стандартів;
- грамотність при оформленні лабораторних робіт;

Отримання студентом відповідної оцінки здійснюється згідно наступних вимог:

- оцінка «відмінно»: лабораторна робота виконана в повному обсязі, описано хід виконання та прокоментовано отримані результати, зроблено підсумок чи висновок;

- оцінка «добре»: лабораторна робота в цілому виконана вірно, однак студентом не повністю відображено хід її виконання або відсутній підсумок чи висновок до нього;

- оцінка «задовільно»: лабораторна робота виконана не повністю але студент володіє методикою її виконання;

- оцінка «незадовільно»: принципіві помилки в під час виконання лабораторної роботи, відсутність відображення ходу виконання, результатів виконання завдань лабораторної роботи.

Оцінювання завдань та видів робіт ІРС та СРС здійснюється за національною шкалою і входить до підсумкової оцінки відповідно до структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів за ваговими коефіцієнтами даної робочої програми.

Контроль індивідуальної роботи студентів проводиться шляхом перевірки виконання індивідуальних завдань.

При виконанні індивідуальних завдань студент користується рекомендованою літературою, первинною та вторинною інформацією, зокрема в мережі Інтернет. Головною вимогою до самостійного завдання по суті є реальність викладеної інформації та життєздатність прикладів, що відповідає загальним вимогам до організації навчання за ОПП.

Індивідуальне завдання здається студентом особисто викладачеві не пізніше як за два тижні до заліку. Критеріями оцінювання індивідуальних завдань є правильність виконання, логічність, самостійність. Індивідуальне завдання оцінюється за національною шкалою. Отримання відповідної оцінки відповідає наступним вимогам:

- оцінку «відмінно» отримує студент, якщо зміст виконаного завдання відповідає завданню, сторінку створено та наведено актуальні матеріали, методика виконання завдання відповідає встановленим вимогам. Головною вимогою до найвищої якості завдання по суті є реальність викладеної інформації та відповідність вихідним умовам;

- оцінку «добре» отримує студент у випадку наявності незначних помилок, що свідчать про недостатню актуальність та аргументованість запропонованих рішень;

- оцінку «задовільно» отримує студент у випадку наявності значних помилок, що свідчать про помилкові вхідні дані, відсутність необхідних матеріалів, наявні логічні помилки. Також підставою зниження оцінки за в цілому виконане завдання, є незавершена робота.

- оцінку «незадовільно» отримує студент у випадку наявності значних помилок: неохайне оформлення роботи, виконання завдання за суперечливими чи

сумнівними матеріалами, завдання не виконано по-суті та змісту.

Критерії оцінювання реферату (есе):

- оцінка «відмінно» – реферат (есе) написано самостійно, формальні вимоги до роботи виконано, проблему повністю розкрито, висновки містять наукові пропозиції. Для написання реферату (есе) студент використав не тільки підручники, а і першоджерела;

- оцінка «добре» – реферат (есе) написано самостійно, всі вимоги до роботи виконані, проблема розкрита; проте, наявні незначні помилки та неточності;

- оцінка «задовільно» – реферат (есе) написано самостійно, але не всіх вимог дотримано, розкриття проблеми неповне;

- оцінка «незадовільно» – реферат (есе) написано самостійно, але вимог не дотримано, проблему не розкрито; реферат (есе) написано не самостійно.

Критерії оцінювання завдань модульного контролю.

Проміжний контроль - здійснюється після вивчення відповідного змістовного модулю, що охоплює логічно завершену частину (розділ) програми, у формі контрольної роботи, яка проводиться у письмовій формі. Кількість питань та конкретні терміни його проведення встановлюються викладачем, який проводить лабораторні заняття, і заздалегідь доводяться до студентів. Завдання проміжного контролю, як правило передбачають відповідь студента на теоретичні питання, розв'язання практичного (ситуаційного завдання, вирішення тестових завдань).

Виконання завдань проміжного контролю (два теоретичні питання, та практичне завдання) оцінюється за вітчизняною чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно». Середне-арифметичне оцінок заокруглюється до цілого балу.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль здійснюється за результатами вивчення курсу в формі ПМК (заліку) під час заліково-екзаменаційної сесії, як підсумок роботи студента над курсом протягом семестру.

Підсумкова оцінка з дисципліни визначається на основі середньозваженого балу і виставляється у відомості обліку успішності та індивідуальному навчальному плані студента (ІНПС) за трьома шкалами оцінювання: 100-бальною, національною і шкалою ECTS. Підсумкова оцінка з дисципліни «Електронна комерція» для студентів денної форми навчання встановлюється шляхом сумування добутків вагових коефіцієнтів на середньоарифметичну оцінку за відповідний вид робіт (поточна робота, в т.ч. виконання лабораторних робіт, підсумкова контрольна робота, СР та ІРС). Таким чином, підсумкова оцінка з дисципліни «Електронна комерція» виставляється студенту, який виконав усі види робіт з дисципліни і його середньозважений бал знаходиться у межах 2,51...5,0 При цьому за вітчизняною шкалою оцінювання йому виставляється оцінка «зараховано», а за шкалою ECTS - відповідне набраній сумі балів буквене позначення (A, B, C, D, E) за загальним правилом.

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Історія становлення та основні сфери застосування електронного бізнесу.
2. Концепції електронного уряду.
3. Принципи та переваги електронної комерції.
4. Напрямки використання Інтернет у бізнесі.
5. Бар'єри на шляху електронної комерції.
6. Еволюція бізнесу в Інтернет.
7. Основні характеристики економічної моделі електронного бізнесу та його види.
8. Нові ролі на ринку електронної комерції.
9. Інтерактивний маркетинг.
10. Концепція вірусного маркетингу.
11. Моделі електронного бізнесу.
12. Віртуальні підприємства.
13. Механізм функціонування електронних ринків.
14. Розрахункові сервіси електронних ринків.
15. Джерела доходу електронних ринків.
16. Ризики функціонування та переваги роботи на електронних ринках.
17. Складові успіху та перспективи розвитку електронних ринків.
18. Еволюція електронної комерції.
19. Функції електронної комерції B2B.
20. Переваги електронної комерції B2B та перспективи розвитку в Україні.
21. Сфера застосування електронної комерції B2C.
22. Фактори успіху та джерела доходу роздрібною електронної комерції.
23. Перспективи розвитку роздрібною електронної комерції в Україні.
24. Майбутнє інтранет і екстранет.
25. Теоретичні основи інтерактивного банківського обслуговування.
26. Приклади реалізації послуг Інтернет – банкінгу.
27. Тенденції розвитку Інтернет – банкінгу у світі.
28. Трансакції в Інтернет.
29. Основні види платіжних систем в Інтернет.
30. Вимоги до платіжних систем.
31. Приклади платіжних систем в Інтернет.
32. Безпека електронного бізнесу.
33. Захист персональної інформації в WEB.
34. Правові аспекти ведення електронного бізнесу.
35. Страхування електронного бізнесу.
36. Сертифікація учасників електронного бізнесу.
37. Особливості українського сегмента Інтернет (Uanet).
38. Вплив Інтернет на бізнес-процеси в компанії.
39. Основні способи ведення електронної комерції
40. Кредитні та дебетові Інтернет – системи.
41. Реклама і маркетинг в Інтернет.
42. Інформаційні технології електронної комерції.

43. Мобільна електронна комерція
44. Захист електронних платежів.
45. Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій.
46. Платіжні системи на основі кредитних карток.
47. Способи надання брокерських послуг через Інтернет.

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Береза А. М. Електронна комерція : Реком. МОНУ як навчальний посібник / А.М. Береза. - К : КНЕУ, 2002. - 326 с.
2. Макарова М.В. Електронна комерція : Посібник / М. В. Макарова. - К : ВЦ "Академія", 2002. - 272 с.
3. Меджибовська Н.С. Електронна комерція : Реком. МОНУ як навчальний посібник для студ. ВНЗ / Н. С. Меджибовська. - К : ЦУЛ, 2004. - 384 с.
4. Плескач В.Л. Електронна комерція : Підручник. Затверджено МОНУ / В. Л. Плескач, Т. Г. Затоначка. - К : Знання, 2007. - 535 с.
5. Пономаренко Л.А. Електронна комерція : Підручник для студ. економічних спеціальностей / Л. А. Пономаренко, В. О. Філатов. - К : КНТЕУ, 2002. - 443 с.
6. Шалева О. І. Електронна комерція (CD) : Навч. посібник. Реком. МОНУ для студ. ВНЗ / О. І. Шалева. - К. : ЦУЛ, 2011. - 216 с.

Допоміжна

1. Киселев Ю.Н. Электронная коммерция: практическое руководство. - СПб: ООО "ДиаСофтЮП", 2001. - 204 с.
2. Костяев Р.А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование. - СПб: БХВ-Петербург, 2002. - 656 с.
3. Міщенко В.І., Шаповалов А.В., Юрчук Г.В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг. Практичний посібник. - К.: Знання, КОО, 2003. - 278 с.
4. Плескач В.Л. Технології електронного бізнесу. - К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2004. - 223 с.
5. Сусіденко В.Т., Коваленко О.О., Ліщинська Л.Б., Савалюк І.М., Смілянець О.Г., Степова С.В. Економічна інформатика. Частина IV. Навчальний посібник. - К., 2002. - 270 с.
6. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. - СПб: Питер, 2001. - 432 с.
7. Юрасов А.В. Электронная коммерция. Учебное пособие. - М.: Дело, 2003. - 480 с.
8. Все про e-commerce// <http://b2b.infos.ru/>.
9. Електронний бізнес C-News // <http://www.cnews.ru/news/line/subtypes/ebusiness/>.
10. Публікації з електронної комерції// <http://www.i2r.ru/static/210/>.
11. Статті з он-лайн бізнесу// <http://www.moskalyuk.com/articles/e-commerce/>.
12. Електронна комерція // <http://e-commerce.com.ua/>.
13. Український бізнес-портал // <http://www.ukrbusiness.com.ua/>.
14. Розвиток і стан електронної комерції в Україні// <http://www.e-comua.ukrbiz.net/>.
15. Інтернет. Гроші. Система Інтернет розрахунків // <http://imoney.com.ua/index.ua.htm>.
16. Пошукова система Google // <http://www.google.com/>.
17. Пошукова система Яндекс // <http://www.yandex.ru/>.
18. ПриватБанк // <http://www.privatbank.ua/>.

19. Міжнародний валютний ринок FOREX // <http://www.x-trade.com.ua/>.
20. Платіжні Інтернет-системи:
- WebMoney Transfer (www.webmoney.ru),
 - UkrMoney (<http://www.ukrmoney.com.ua>),
 - Яндекс.Деньги (<http://money.yandex.ru>),
 - CyberPlat (<http://www.cyberplat.ru/>),
 - Інтернет.Гроші (<http://www.imoney.com.ua/>),
 - Міжбанківська система електронної доставки і оплати рахунків "ПОРТМОНЕ" (<http://www.portmone.com.ua/>),
 - Національна система масових електронних платежів НСМЕП (<http://ansmer.com.ua>).

Навчально-методичне видання

Лендєл О.Д.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Методичні рекомендації

Тираж 10 пр.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 4916 від 16.06.2015 р.

Редакційно-видавничий відділ МДУ,
89600, м. Мукачево, вл. Ужгородська, 26

