

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи

О. Б. Жильцов
« 12 » 10 2018 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

для студентів

Напрямок підготовки 6.030303 Видавнича справа та редагування
Освітнього рівня першого (бакалаврського)



Київ-2018

Розробник:

Сошинська Вікторія Євгенівна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка


Викладач:

Сошинська Вікторія Євгенівна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої
справи

Протокол від 30 серпня 2018 р. № 1

Завідувач кафедри
видавничої справи

 Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми з
видавничої справи та редагування

30 серпня 2018 р.

Гарант освітньо-професійної програми




В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

_____. _____. 2018 р.

Заступник директора Інституту журналістики
з науково-методичної та навчальної роботи

 О. А. Росінська

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № __

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання (денна)
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	4 / 120
Курс	4
Семестр	7
Кількість змістових модулів з розподілом:	3
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні	42
Модульний контроль	6
Семестровий контроль	30
Самостійна робота	42
Форма семестрового контролю	Екзамен

Особливі умови для вивчення дисципліни «Електронна комерція»: здійснюється розподіл на підгрупи при проведенні практичних занять.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – надання студентам теоретичних знань та набуття практичних навичок з ведення електронного бізнесу.

Завдання навчальної дисципліни орієнтовані на набуття студентами системи знань, умінь, навичок, досвіду та інших компетентностей, що включають:

- знання та розуміння особливостей та місця електронної комерції в інформаційному секторі економіки;
- умінь та досвід вивчення планування діяльності підприємств у розвитку інноваційної та конкурентоспроможної національної економіки;
- знання, умінь та досвід застосування основних положень міжнародного та національного законодавства у сфері електронної комерції;
- знання, умінь та досвід аналізу основних способів ведення електронної комерції, системи платежів, системи безпеки, які використовуються при розрахунках через глобальну мережу;
- умінь та досвід маркетингу та реклами у глобальній мережі.

Студентами набуваються наступні **програмні компетентності**: інтегральна – здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі видавничої справи, що передбачає застосування положень і методів підприємництва і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності діяльності;

- здатність комплексно розв’язувати проблему, застосовувати знання в практичних ситуаціях, здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- здатність знаходити та використовувати інформацію з джерел та інформаційних ресурсів для виконання конкретних практичних завдань;
- здатність використовувати відповідну термінологію з дисципліни в усній та письмовій формах українською чи іноземними мовами;
- здатність аналізу законодавчих та нормативно-правових актів;
- застосовувати інформаційні і комунікаційні технології для вирішення практичних завдань;
- здатність проводити інформаційний моніторинг на базі ресурсів Інтернет;
- генерувати нові ідеї (проявляти креативність);
- працювати в команді;
- розвивати навички розробки та реалізації бізнес-проектів.

В Університеті Грінченка існує можливість проведення практичних занять на базі навчальних центрів та центрів практичної підготовки. До них відносяться: Бібліотека Університету, Інформаційно-аналітичний центр, Центр мультимедійних технологій, установи-партнери.

Результатом навчання є набуття сукупності компетентностей (загальних та спеціальних), що виражають знання, розуміння, уміння, цінності: інформаційної, управлінської, комунікативної, технологічної, проектно-творчої, дослідницько-прогностичної.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання: вміння використовувати концептуальні знання, набуті у процесі навчання на рівні новітніх досягнень для розв’язання складних проблем та вирішення практичних завдань з практики ведення електронного бізнесу у видавничій справі;

- здатність продемонструвати уміння здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел;
- здатність до збору, обробки, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації із урахуванням специфіки видавничо-поліграфічної галузі;
- уміння виокремлювати фахову інформацію із загального потоку;
- здатність формулювати завдання, для їх вирішення використовувати потрібну інформацію та методологію для досягнення обґрунтованих висновків;
- здатність продемонструвати знання з теорії підприємництва у видавничій справі;
- здатність використовувати інформаційні ресурси для організації електронної комерції;
- вміння роботи з новітніми інфокомунікаційними платформами (соціальними мережами, блогосферою);

- уміння застосовувати у професійній діяльності технології Веб 2.0, інформаційні технології, необхідні для електронної комерції;
- показати готовність до експертної оцінки і аналізу;
- продемонструвати уміння працювати команді, ефективно взаємодіяти на міжособистісному рівні.

Предметні компетентності формуються у студента упродовж вивчення дисципліни.

У результаті вивчення курсу студент повинен *знати* законодавчу базу в сфері електронної комерції; місце електронної комерції в інформаційному секторі економіки, засади створення системи електронної комерції, типи, моделі, основні способи ведення електронної комерції; *оцінювати* переваги та недоліки електронної комерції; *мати уявлення* про віртуальні підприємства і віртуальні продукти, використання можливостей Інтернет для корпоративного бізнесу.

На основі отриманих знань студент повинен *вміти*: *використовувати* спеціальну термінологію в науково-практичній діяльності; *розробляти* маркетингові компанії в Інтернет; *користуватися* інтернет-крамницями, інтернет-аукціонами, *здійснювати* різноманітні способи розкрити сайтів: реєструвати сайт в інтернет-розсилках, каталогах, бізнес-порталах, пошукових системах, створювати власні розсилки; *користуватися* платіжними системами, *використовувати* раціональні способи пошуку інформації, включаючи засоби електронних інформаційних мереж, використовувати інформаційні ресурси, у т. ч. електронні.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторна:			Модульні	Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні		
Змістовий модуль 1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу						
Тема 1. Електронна комерція: тенденції розвитку	8	2				6
Правове забезпечення електронної комерції в Україні. Закон України «Про електронну комерцію». Письмовий колоквиум	4			4		
Тема 2. Електронний бізнес в Україні	8	2				6
Оцінка інтернет-сайту	8			6		2
Модульний контроль	2				2	
Разом	30	4		10	2	14

Змістовий модуль 2. Способи ведення електронної комерції						
Соціальна мережа для ділового спілкування LinkedIn	6			2		4
Моделі електронної комерції	10			4		6
Вивчення умов відкриття банківських рахунків для електронної комерції	4			4		
Інтерактивне банківське обслуговування	6			2		4
Платіжні та фінансові системи Інтернет	2			2		
Модульний контроль	2				2	
Разом	30			14	2	14
Змістовий модуль 3. Моделювання та підтримка електронної комерції						
Порівняльний аналіз платіжних систем Інтернет	2			2		
Аналіз сучасних методів захисту інформації	6			2		4
Правове регулювання надання електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації	4			2		2
Віртуальні підприємства	6			2		4
Створення моделі Web-сайту (електронної крамниці)	10			6		4
Модульний контроль	2				2	
Разом	30			14	2	14
Підготовка та проведення контрольних заходів	30					
Усього	120	4		38	6	42

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Електронна комерція як складова електронного бізнесу

Тема 1. Електронна комерція: тенденції розвитку (2 год.)

Структура і зміст курсу, організація навчального процесу, міждисциплінарні зв'язки курсу.

Визначення поняття «електронна комерція». Переваги та недоліки використання електронної комерції. Можливості електронного бізнесу. Типи електронної комерції.

Європейська стратегічна програма розвитку інформаційних технологій (European Strategic Programme for Research and Development in Information Technology (ESPRIT)).

Моделі електронної комерції: електронна крамниця; електронний довідник-каталог; електронний он-лайн аукціон; електронний торговельний центр; віртуальне співтовариство; віртуальний центр розробки; інформаційний брокер; провайдер бізнес-операцій; інтегратор бізнес-операцій. Послуги, спрямовані на підтримку систем електронної комерції.

Інтернет-маркетинг: визначення поняття, переваги. Види інтернет-маркетингу. Розвиток інтернет-маркетингу за кордоном.

Інтернет-реклама: визначення поняття, переваги. Класифікація реклами в Інтернеті, її типи. Розвиток інтернет-реклами за кордоном.

Методи «розкрутки сайту». Ключові поняття Веб 2.0 – юзабіліті (зручність і «корисність» сайту для його відвідувачів), спрощений дизайн, конвергенція технологій, управління даними, вікі-технології, блоги. Функціональна схема інтернет-магазину. Оцінка (конкурентний аналіз) інтернет-сайту.

Інтернет-торгівля, інтернет-крамниця: визначення понять, опис діяльності. Електронні моли. Провайдери електронних молів. Інтернет-аукціони.

Бізнес-операції та бізнес-процеси в електронній комерції.

Практичне заняття 1. Правове забезпечення електронної комерції в Україні. Закон України «Про електронну комерцію». Письмовий колоквиум (4 год.)

Тема 2. Електронний бізнес в Україні (2 год.)

Технологія електронної комерції. Сайт як засіб підтримки споживачів. Системи управління закупівлями. Системи повного циклу супроводу постачальників. Системи повного циклу супроводу споживачів. Діяльність банків в Інтернет. Інтернет-банкінг і РС-банкінг. Проведення мікроплатежів.

Платіжна система і Інтернет: визначення поняття. Класифікація платіжних систем. Кредитні платіжні системи: види, особливості функціонування. Дебетові платіжні системи: види, особливості функціонування. Електронні гроші як засіб платежів.

Криптографічні засоби шифрування інформації. Асиметричні методи шифрування. Електронний цифровий підпис. Протоколи та стандарти безпеки. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів. Забезпечення захисту у платіжних системах Інтернет. Брандмауери та безпека.

Правові основи електронного бізнесу в Інтернет. Проблеми розвитку електронної комерції, які вимагають законодавчого вирішення. Захист авторського права в Інтернет.

Гуртова і роздрібна торгівля. Дистрибуція (гуртові продажі) – торгівля з доставкою – спосіб проведення продажів, де повний цикл комерційної угоди здійснюється через Інтернет; банкінг; обслуговування державних замовлень. Фактори, які сприяють розвитку електронного бізнесу і електронної роздрібною торгівлі зокрема. Варіанти організації інтернет-магазину. Поділ організації електронної торгівлі: інтернет-магазин з електронною вітриною і торговою системою, система оплати покупки і система доставки товару.

Розвиток моделей електронної комерційної взаємодії в міжфірмовій оптовій торгівлі (B2B); відомі торгові бренди та розкрутка попиту методами управління рефлексією споживачів у соціальних мережах (B2C).

Портали інфопосередники. Інфопосередники в B2B. Типові форми та еволюція у інформаційних посередниках в B2B. Інформаційне посередництво в «бізнес-вузлах».

Структура закупівель в українському Інтернеті. Дослідження ринку електронної комерції України.

Практичне заняття 2. Оцінка інтернет-сайту (6 год.)

Змістовий модуль 2

Способи ведення електронної комерції

Практичне заняття 3. Соціальна мережа для ділового спілкування LinkedIn (2 год.)

Практичне заняття 4. Моделі електронної комерції (4 год.)

Практичне заняття 5. Вивчення умов відкриття банківських рахунків для електронної комерції (4 год.)

Практичне заняття 6. Інтерактивне банківське обслуговування (2 год.)

Практичне заняття 7. Платіжні та фінансові системи Інтернет (2 год.)

Змістовий модуль 3

Моделювання та підтримка електронної комерції

Практичне заняття 8. Порівняльний аналіз платіжних систем Інтернет (2 год.)

Практичне заняття 9. Аналіз сучасних методів захисту інформації (2 год.)

Практичне заняття 10. Правове регулювання надання електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації (2 год.)

Практичне заняття 11. Віртуальні підприємства (2 год.)

Практичне заняття 12. Створення моделі Web-сайту (електронної крамниці) (6 год.)

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	-	-	-	-
Відвідування практичних занять	1	5	5	7	7	7	7
Робота на практичному занятті	10	5	50	7	70	7	70
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
	Разом	-	102	-	122	-	122
Максимальна кількість балів: 346							
Розрахунок коефіцієнта: $346:60=5,8$							
Студент набрав: 320 балів							
Оцінка: $320:5,8=55$ (бали за семестр), додається екзамен (max. 40 балів)							

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Електронна комерція» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1

Електронна комерція як складова електронного бізнесу (14 год.)

1. Подати перелік основних сервісів мережі Інтернет та їх можливості використання для потреб галузі у вигляді таблиці – 6 год., 5 балів.

2. Сформувати структуру сайту (електронної крамниці): описати перелік необхідних розділів (частин) сайту, обґрунтувати свій вибір – 6 год., 10 балів.

3. Знайти офіційний ресурс української хостінг компанії HostPro (<https://hostpro.ua/ua/>). В розділі «Документи» ознайомитись з Публічним договором на надання послуг хостингу та Правилами користування послугами віртуального хостингу і мережею Інтернет. Законспектувати основні положення Регламенту особливостей реєстрації приватних доменних імен другого рівня в домені .UA та Регламенту публічного домену – 2 год., 5 балів.

Змістовий модуль 2

Способи ведення електронної комерції (14 год.)

1. Схарактеризувати один з напрямів електронної комерції (бізнес-бізнес (B2B), бізнес-споживач (B2C), бізнес-адміністрація (B2A), споживач-адміністрація (C2A)) – 4 год., 5 балів.

2. Опрацювати та підготувати у вигляді доповіді (обсяг – до 10 стор.) матеріали з тем: «Інтернет-маркетинг», «Інтернет-реклама», використавши сайт: e-commerce.com.ua – 6 год., 10 балів.

3. Підготувати робочі матеріали для створення візитної картки своєї електронної крамниці – 4 год., 5 балів.

Змістовий модуль 3

Моделювання та підтримка електронної комерції (14 год.)

1. Підготувати доповідь на тему «Захист інформації в Інтернет» (обсяг – до 10 стор.) – 4 год., 5 балів.

2. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про електронні довірчі послуги». Зробити конспект Ст. 23 – 2 год., 5 балів.

3. Знайти приклади використання інтернет-сервісів для роботи видавництва і поліграфічних підприємств зі споживачами – 4 год., 5 балів.

4. Підготуватися до виконання практичної роботи 12: сформулювати, на яку категорію користувачів буде зорієнтована інформація Web-сайту (електронної крамниці), яку моделюють – 4 год., 5 балів.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Тестові завдання для проміжного контролю знань студентів охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих змістових модулів. Формат тестових завдань передбачає завдання закритої форми із запропонованими відповідями та на встановлення відповідності; різного рівня складності (перший – потрібно вибрати один із варіантів відповідей, другий – потрібно вибрати правильний або найповніший варіант відповіді).

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних, під час виконання самостійної залежить від дотримання таких вимог:

- вчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Виконання модульних контрольних робіт (тестів) здійснюється з використанням роздрукованих завдань. Критерії оцінювання:

- 1) при оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань;
- 2) за кожну правильну відповідь тестових завдань нараховується 1 бал;
- 3) правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

Завдання для модульних контрольних робіт ***Змістовий модуль 1***

Електронна комерція як складова електронного бізнесу

1. Нові форми соціальної та економічної діяльності, які створює Інтернет.
2. Поняття електронного бізнесу та його види.
3. Еволюція електронного бізнесу.
4. Можливості електронного бізнесу.
5. Визначення поняття «електронна комерція».
6. Переваги та недоліки використання електронної комерції.
7. Механізми підтримки електронної комерції та електронного бізнесу.
8. Типи електронної комерції.
9. Бізнес – Бізнес (B2B).
10. Бізнес – Споживач (B2C).
11. Бізнес – Адміністрація (B2A).
12. Споживач – Адміністрація (C2A).

13. Основні способи ведення електронної комерції.
14. Моделі електронної комерції.
15. Електронна крамниця.
16. Електронний довідник-каталог.
17. Електронний торговельний центр.
18. Віртуальне співтовариство.
19. Віртуальний центр розробки.
20. Інформаційний брокер.
21. Провайдер бізнес-операцій.
22. Інтегратор бізнес-операцій.
23. Електронні моли. Провайдери електронних молів.
24. Інтернет-аукціони: опис діяльності.
25. Структура та основні функції електронних магазинів.

Змістовий модуль 2

Способи ведення електронної комерції

1. Послуги, спрямовані на підтримання систем електронної комерції.
2. Діяльність банків в Інтернет.
3. Інтернет-банкінг.
4. РС-банкінг.
5. Мобільний банкінг.
6. Методи та системи платежів.
7. Умови проведення мікроплатежів.
8. Платіжна система і Інтернет: визначення поняття.
9. Кредитні платіжні системи: умови діяльності.
10. Дебетові платіжні системи: умови діяльності.
11. Електронний чек.
12. Безпечність комерційних угод в Інтернет.
13. Різновиди шахрайства в електронній комерції.
14. Криптографічні засоби шифрування інформації.
15. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів.
16. Забезпечення захисту у платіжних системах Інтернет.
17. Правові основи електронного бізнесу в Інтернет.
18. Міжнародне регулювання електронної комерції.
19. Правове регулювання електронної комерції в Україні.
20. Проблеми розвитку електронної комерції, які вимагають законодавчого вирішення.
21. Законодавча база у сфері електронної комерції.
22. Громадське регулювання Інтернет.
23. Внутрішні правила мереж, які входять до Інтернет.
24. Інформаційні послуги в електронній комерції.
25. Сутність та моделі комунікації в електронній комерції.

Змістовий модуль 3

Моделювання та підтримка електронної комерції

1. Інтернет-маркетинг: визначення поняття, переваги.
2. Види інтернет-маркетингу.
3. Інтернет-реклама: визначення поняття, переваги порівняно з традиційною рекламою.
4. Банери.
5. Пошукові системи та каталоги.
6. Електронна розсилка.
7. Інформаційні сайти.
8. Дискусійні листи.
9. Партнерські та спонсорські програми.
10. Особливості електронної рекламної компанії та її ефективність.
11. Електронний PR.
12. Корпоративний веб-сайт.
13. Методи «розкрутки» сайтів.
14. Дизайн та контент сайту.
15. Система пошуку та порівняння товарів.
16. Електронна вітрина.
17. Інтернет-торгівля, інтернет-крамниця: визначення понять, опис діяльності.
18. Особливості комерційної діяльності в мережах.
19. Пропозиція та продаж електронних товарів та послуг.
20. Стимулювання продажу.
21. Кількісна та якісна оцінка електронного магазину.
22. Оцінка ефективності створення електронного магазину.
23. Оцінка економічної ефективності функціонування електронного магазину.
24. Структура та основні функції електронних магазинів.
25. Особливості діяльності інтернет-книгарні.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумковий контроль знань із дисципліни «Електронна комерція» передбачений у формі письмового екзамену, проводиться з метою оцінювання результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни.

Максимальна кількість балів, які може набрати студент на екзамені – 40. Критерії оцінювання: перше питання екзаменаційного білета – теоретичне – 15 балів; друге – тестові завдання – 10 балів; третє – практичне завдання – 15 балів.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Охарактеризувати ієрархічну конструкцію інформаційного комплексу.
2. Визначити, яке місце в інформаційному комплексі посідає інтернет-економіка.

3. Аргументувати, чому глобальна комп'ютерна мережа Інтернет вважається «четвертим комунікаційним каналом».

4. Описати, які нові форми соціальної і економічної діяльності створює Інтернет.

5. Охарактеризувати механізми підтримки електронної комерції.

6. Проаналізувати, у чому полягають особливості вимог, які висуває світовий ринок електронної комерції.

7. Охарактеризувати особливості електронного бізнесу і електронної комерції.

8. Виявити, у чому полягають основні переваги електронної комерції.

9. Встановити, які саме з сервісів Інтернет найбільше придатні для використання в електронній комерції.

10. Встановити, які стартові умови слід врахувати на етапі створення системи електронної комерції.

11. З'ясувати, чим зумовлені особливості впровадження засобів електронної комерції в компанії-виробнику.

12. Охарактеризувати переваги і недоліки прямих продажів через Інтернет.

13. Виявити, якщо ініціатива створення торговельної інтернет-системи на рівні виробник – дистриб'ютор виходить від дистриб'ютора, якою вона є за сутністю.

14. Оцінити, які нові можливості відкриває для дистриб'ютора електронно-комерційна система, що підтримує дилерську мережу.

15. З'ясувати, у якому випадку традиційній торговельній мережі доцільно використати інтернет-торгівлю.

16. Подати, за якими критеріями оцінюють відповідність компанії своїм планам у галузі електронної комерції.

17. Встановити, у чому полягає необхідність платіжних систем в Інтернет.

18. Однією з умов проведення електронних платежів є автентифікація покупців і продавців. Встановити для чого вона потрібна.

19. Охарактеризувати електронні платіжні системи.

20. Розкрити сутність електронних чеків.

21. З'ясувати, чи є гарантії з боку української держави щодо використання електронних грошей.

22. Пояснити, чому при використанні електронних грошей немає необхідності в автентифікації.

23. З'ясувати, у чому відмінність кредитних інтернет-систем від звичайних систем з кредитними картками.

24. Охарактеризувати роль банку-емітента і банку-еквайєра в схемі проведення платежів через Інтернет з допомогою кредитних карток.

25. Розкрити функції процесінгового центру платіжної інтернет-системи.

26. Описати, які можливості щодо переведення послуг на новий рівень надають банкам сучасні інтернет-технології.

27.Встановити, у чому відмінність між інтернет-банкінгом і РС-банкінгом.

28.Виявити, які канали банківського обслуговування використовують віртуальні банки.

29.Охарактеризувати різновиди ймовірних загроз безпеці інформації в мережі.

30.Визначити, які головні вимоги до здійснення комерційних операцій в Інтернет.

31.Пояснити у чому полягає відмінність між автентифікацією й ідентифікацією користувача.

32.Встановити, які саме послуги забезпечують криптографічні технології для учасників електронної комерції.

33.З'ясувати, яке призначення криптографічного алгоритму.

34.Визначити, яка форма шифрування використовує асиметричні криптографічні алгоритми.

35.З'ясувати, у чому полягають переваги інтернет-реклами порівняно з традиційною рекламою.

36.Подати, за яким принципом відбувається обмін банерами в Інтернет.

37.Проаналізувати від чого залежить плата за рекламу на сайтах.

38.Охарактеризувати роль Інтернет у загальному комплексі маркетингу підприємства.

39.Розкрити сутність інформаційного маркетингу.

40.Аргументувати, чи може бути Інтернет в умовах сучасної української економіки основним каналом реалізації продукції.

41.Установити, у чому полягає відмінність між електронною візитною карткою фірми і корпоративним сайтом.

42.Розробити структуру сайту видавництва (електронної крамниці).

43.Виявити, які послуги з ведення електронного бізнесу надають своїм клієнтам бізнес-портали.

44.Описати, які функції виконує сайт торговельний концентратор.

45.Охарактеризувати он-лайнкові роздрібні продажі.

46.З'ясувати, у чому відмінність між оф-лайнним і он-лайнним бізнесом фірми.

47.Виявити, які функції виконує провайдер електронного молу.

48.Навести приклади можливих шляхів створення торговельної інтернет-системи у контексті он-лайнного і оф-лайнного бізнесу.

49.Визначити, у чому полягає роль консалтингових фірм при створенні торговельної інтернет-системи.

50.З'ясувати, як відбувається спілкування продавця і покупців товару на інтернет-аукціоні.

51.Встановити, у чому полягає процедура реєстрації на сайті для участі в торгах.

52.Проаналізувати, чим зумовлена відсутність у більшості фірм стрункої системи роботи з інформацією.

53.Охарактеризувати причини недостатнього рівня розвитку електронної комерції в Україні.

54.Виявити, які чинники впливають на національні особливості розвитку Е-комерції.

55.Визначити, які функції інтернет-інкубаторів.

56.З'ясувати, чим корисні інтернет-інкубатори авторам проектів, мережним підприємцям, інвесторам.

57.Встановити, чому українські компанії повинні нині приділяти увагу розвитку власних інтернет-проектів.

58.З'ясувати, які функції виконує сервіс-провайдер.

59.Описати, у чому полягають особливості основних послуг Інтернет.

60.Виявити, які переваги має електронна пошта порівняно з іншими способами передавання повідомлень.

61.Установити, чим відрізняються групи новин від списків розсилання.

62.Вказати найзручніші та найефективніші види сполучення з Інтернет.

63.Охарактеризувати особливості поштового доступу і його відмінностей від он-лайн-сполучення.

64.Пояснити як формується E-mail-адрес.

65.Подати яка інтернет-технологія використовує гіпертекст.

66.Пояснити, у чому полягає зручність WWW для користувачів.

67.Охарактеризувати законодавство різних держав щодо електронних підписів.

68.Визначити, чи має користувач Інтернет юридичне право на самозахист технічними засобами при проведенні бізнес-операцій через мережу.

69.Визначити проблеми взаємодії суб'єктів книжкового ринку в єдиному інформаційному просторі.

70.Описати державне нормативно-правове регулювання електронної комерції в Україні.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни

«Електронна комерція»

Разом: 120 год., лекції – 4 год., практичні заняття – 38 год., самостійна робота – 42 год., модульний контроль – 6 год., підсумковий контроль – екзамен – 30 год.

Тиждень	III-IV	V-VI	VII-VIII	IX	
Модуль	Змістовий модуль 1				
Назва модуля	Електронна комерція як складова електронного бізнесу				
Кількість балів за модуль	102 б.				
Лекції	Відвідування – 2 б.				
Теми лекцій	Тема 1. Електронна комерція: тенденції розвитку – 1 б.		Тема 2. Електронний бізнес в Україні – 1 б.		
Теми практичних занять	Практичне заняття 1. Правове забезпечення електронної комерції в Україні. Закон України «Про електронну комерцію». Письмовий колоквіум – 2+20 б.		Практичне заняття 2. Оцінка інтернет-сайту – 3+30 б.		
Самостійна робота (СР)	5x4=20 б.				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				
Тиждень	XI-XII	XIII-XIV	XV-XVI	XVII	
Модуль	Змістовий модуль 2				
Назва модуля	Способи ведення електронної комерції				
Кількість балів за модуль	122 б.				
Теми практичних занять	Практичне заняття 3. Соціальна мережа для ділового спілкування LinkedIn – 1+10 б.	Практичне заняття 4. Моделі електронної комерції – 2+20 б.	Практичне заняття 5. Вивчення умов відкриття банківських рахунків для електронної комерції – 2+20 б.	Практичне заняття 6. Інтерактивне банківське обслуговування – 1+10 б.	Практичне заняття 7. Платіжні та фінансові системи Інтернет – 1+10 б.
Самостійна робота (СР)	5x4=20 б.				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 – 25 б.				
Тиждень	XXIV	XXV	XXVI	XXVII	
Модуль	Змістовий модуль 3				
Назва модуля	Моделювання та підтримка електронної комерції				
Кількість балів за модуль	122 б.				

Теми практичних занять	<i>Практичне заняття 8.</i> Порівняльний аналіз платіжних систем Інтернет – 1+10 б.	<i>Практичне заняття 9.</i> Аналіз сучасних методів захисту інформації – 1+10 б.	<i>Практичне заняття 10.</i> Правове регулювання надання електронних довірчих послуг та електронної ідентифікації – 1+10 б.	<i>Практичне заняття 11.</i> Віртуальні підприємства – 1+10 б.	<i>Практичне заняття 12.</i> Створення моделі Web-сайту (електронної крамниці) – 3+30 б.
Самостійна робота (СР)	5x4=20 б.				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 – 25 б.				
Підсумковий контроль	Екзамен – 40 б.				

8. Рекомендовані джерела

Нормативно-правові документи

1. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах [Електронний ресурс] : Закон України від 05.07.94 р. № 80/94-ВР. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-ВР>.
2. Про електронні довірчі послуги [Електронний ресурс] : Закон України від 05.10.2017 р. № 2155-VIII. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19>.
3. Про електронні документи та електронний документообіг [Електронний ресурс] : Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.
4. Про електронну комерцію [Електронний ресурс] : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
5. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.
6. Положення про порядок реєстрації платіжних систем, учасників платіжних систем та операторів послуг платіжної інфраструктури [Електронний ресурс] : Постанова Правління Нац. банку України від 04.02.2014 р. № 43. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0348-14>.

Основна

7. Верба Т. М. Издательский бизнес изнутри / Т. М. Верба. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2015. – 208 с.
8. Дrajниця С. А. Електронна комерція : навч. посіб. / С. А. Дrajниця. – Львів : Новий світ-2000, 2013. – 184 с. – (Вища освіта в Україні).
9. Макарова М. В. Електронна комерція : посібник / М. В. Макарова. – Київ : Академія, 2002. – 272 с. : рис. – (Альма-матер). – Бібліогр.: с. 254–255.
10. Маркетинговий менеджмент видавничої продукції : навч.-метод. посіб. / Г. І. Глотова, Ж. М. Ковба, Г. А. Махонько, В. В. Мартинів. – 2-е вид., випр. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2013. – 352 с.
11. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. / В. І. Теремко. – Київ : Академвидав, 2009. – 136 с. – (Серія «Альма-матер»).

Додаткова

12. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. – Київ : Кн. палата України, 2009. – 277 с.
13. Барроу К. Бізнес-план : практ. посіб. для студ. вищ. навч. закл. : пер. з 4-го англ. вид. / К. Барроу, П. Барроу. – Київ : Знання, 2005. – 434 с.
14. Володарчик Я. Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність? / Яцек Влодарчик ; пер. з пол. О. Гірний. – Львів : Кальварія, 2002. – 143 с. : рис.

15. Електронна комерція : навч. посіб. / [Береза А. М., Козак І. А., Левченко Ф. А. та ін.] ; Київ. нац. екон. ун-т. – Київ, 2002. – 326 с. : іл., табл. – Бібліогр.: с. 324.
16. Електронна комерція: теоретико-правові засади та сучасний стан в Україні / Полях В. М., Кривошесєва Н. М., Клочко В. М. [та ін.] // ScienceRise. – 2017. – № 5. – С. 11–17.
17. Зелинский С. Э. Автоматизация управления предприятием : учеб. пособие / С. Э. Зелинский. – Київ : Кондор, 2008. – 518 с.
18. Ковба Ж. М. Ассортимент друкованої продукції : навч.-метод. посіб. / Ж. М. Ковба, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. – 100 с.
19. Макарова М. В. Ефективність застосування мережних технологій в компаніях : монографія / М. В. Макарова. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 186 с.
20. Макарова М. В. Розвиток систем електронної комерції та електронного бізнесу в умовах невизначеності та ризику / М. В. Макарова // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. – 2016. – Вип. 21. – С. 34–68. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/emmses_2016_21_5.
21. Меджибовська Н. С. Електронна комерція : [навч. посіб. для студентів вузів] / Н. С. Меджибовська ; Одес. держ. екон. ун-т. – Київ : [Центр навч. літ.], 2004. – 383 с. : іл., табл.
22. Плескач В. Л. Електронна комерція : підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – Київ : Знання, 2007. – 535 с. : іл., табл. – Бібліогр. в кінці розд.
23. Пономаренко Л. А. Електронна комерція : підруч. для студентів екон. спец. / Пономаренко Л. А., Філатов В. О. ; [за ред. А. А. Мазаракі] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Київ, 2002. – 442 с. : іл., табл. – Бібліогр.: с. 441–442.
24. Притиченко Т. І. Комерційна діяльність підприємств : навч. посіб. / Притиченко Т. І., Щетинін В. М. ; М-во освіти і науки України, Харк. нац. екон. ун-т. – Харків : ХНЕУ, 2010. – 318 с. : іл., табл. – Бібліогр.: с. 306–309.
25. Полуектова Н. Р. Електронна комерція : навч. посіб. / Полуектова Н. Р., Сабанов С. О. ; Запоріж. ін-т економіки та інформ. технологій. – Запоріжжя : ЗІЕІТ, 2011. – 304 с. : табл. – Бібліогр.: с. 283–285.
26. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція : навч. посіб. / Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. ; М-во інфраструктури України, Держ. служба зв'язку, Одес. нац. акад. зв'язку ім. О. С. Попова, Каф. менеджменту та маркетингу. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 119 с. : іл., табл. – Бібліогр.: с. 118–119.
27. Теремко В. І. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко ; [наук. конс. В. В. Різун]. – Київ : Академвидав, 2012. – 323 с., [5] с.

28. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І. Теремко. – Київ : Академвидав, 2009. – 272 с. – (Альма-матер).
29. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании / П. Форсайт ; пер. с англ. Ю. В. Сурувикова. – М. : Унив. кн., 2008. – 221 с. – (Школа издательского бизнеса).
30. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просунення і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк ; ВНЗ Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.

9. Додаткові ресурси

1. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Урядовий портал: Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.
4. Акредитований центр сертифікації ключів Інформаційно-довідкового департаменту ДФС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://acskidd.gov.ua/r_kor.
5. Національний банк України [Електронний ресурс] : офіц. інтернет-представництво. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>.
6. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : електронні інформаційні ресурси НБУВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
7. Платіжна система Portmone.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.portmone.com.ua/r3/uk/>.
8. СМАРТ-ГРОШІ від Київстар – оплата послуг, перекази, поповнення онлайн : мобільний гаманець від Київстар [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://money.kyivstar.ua/>.
9. City24 – Мережа платіжних терміналів самообслуговування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-24.com.ua/>.
10. EasyPay – онлайн оплата послуг : миттєві платежі в Інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://easypay.ua/>.
11. IBOX – оплати за миг! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pay.ibox.ua/>.
12. LPB Bank : Э-коммерция : прием платежей в интернете [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ecom.lpb.lv/rus/>.
13. LinkedIn [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <https://www.linkedin.com/company/linkedin>.