

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Факультет інформаційних технологій та управління  
Кафедра управління

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-методичної та  
навчальної роботи  
О.Б. Жильцов  
«01» 09 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ  
ПІДПРИЄМСТВОМ**

**(Частина I)**

для студентів

спеціальності	073 Менеджмент
освітнього рівня перший	(бакалаврський)
освітньо-професійної програми	073.00.01 Менеджмент
спеціалізації	1) Управління розвитком бізнесу 2) Управління персоналом

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти

Програма № 1096/20  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
« 01 » 09 20 20 р.

Київ – 2020

**Розробник:**

Краус Катерина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка

**Викладачі:**

Краус Катерина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління Факультету інформаційних технологій та управління Київського університету імені Бориса Грінченка

**Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри управління**

Протокол від 31 серпня 2020 р. № 9

Завідувач кафедри  Я.М. Ільч

(підпис)

**Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми "Менеджмент організацій")**

(назва освітньої програми)

«28» 08 2020 р.

Керівник освітньої програми  О.В. Акіліна

(підпис)

**Робочу програму перевірено**

«31» 08 2020 р.

Заступник директора/декана  І.Ю. Мельник

(підпис)

**Пролонговано:**

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів / годин	2 кредити / 60 годин	
Курс	2	
Семестр	4	
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	
Обсяг кредитів	2	
Обсяг годин, в тому числі:	60	
Аудиторні	28	
Модульний контроль	4	
Самостійна робота	28	
Форма семестрового контролю	залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формування системи теоретичних і практичних знань з Е-комерції, напрямки її розвитку й способи ведення, які дадуть змогу студентам та фахівцям професійно здійснювати свою діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі; оволодіння базовими навичками в сфері Е-комерції, зокрема основами функціонування Інтернет, правовими аспектами Е-комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

**Завданнями** дисципліни є оволодіння такими компетентностями:

### I. Загальнопредметні компетентності:

<b>ЗК-4</b>	Здатність застосовувати знання у практичних операціях
<b>ЗК-5</b>	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
<b>ЗК-8</b>	Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій
<b>ЗК-9</b>	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

### II. Фахові компетентності:

<b>ФК-2</b>	Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища
<b>ФК-3</b>	Здатність визначати перспективи розвитку організації
<b>ФК-7</b>	Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту
<b>ФК-8</b>	Здатність планувати діяльність організації та управляти часом
<b>ФК-11</b>	Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
<b>ФК-12</b>	Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, ухвалювати управлінські рішення та забезпечувати умови їх реалізації

## 2. Результати навчання за дисципліною

Студент має знати та розуміти:

ПРН-3-3	Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства
---------	--

Студент має вміти:

ПРН-У-1	Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.
ПРН-У-2	Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації
ПРН-У-3	Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень
ПРН-У-4	Виявляти навички організаційного проектування
ПРН-У-5	Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації
ПРН-У-8	Демонструвати навички аналізу ситуацій та здійснення комунікацій у різних сферах діяльності організації
ПРН-У-13	Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семинари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції</b>							
Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	8	2	2	-	-	-	4
Тема 2. Специфіка діяльності віртуальних підприємств на ринку	8	2	2	-	-	-	4
Тема 3. Електронні платіжні системи в електронній комерції	8	2	2	-	-	-	4
Модульний контроль	2						
Разом	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	-	-	-	<b>12</b>
<b>Змістовий модуль 2. Організація роботи електронного ринку та просування товарів на ньому</b>							
Тема 4. Принципи організації та управління Інтернет-магазином	8	2	2	-	-	-	4
Тема 5. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони	8	2	2	-	-	-	4
Тема 6. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	8	2	2	-	-	-	4
Тема 7. Інтернет-маркетинг в Е-комерції	8	2	2	-	-	-	4
Модульний контроль	2						
Разом	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>8</b>				<b>16</b>
<b>Усього</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>14</b>				<b>28</b>

#### 4.1. Теми семінарських занять з дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1</b>		
1	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	2
2	Тема 2. Специфіка діяльності віртуальних підприємств на ринку	2
3	Тема 3. Електронні платіжні системи в електронній комерції	2
<b>Змістовий модуль 2</b>		
4	Тема 4. Принципи організації та управління Інтернет-магазином	2
5	Тема 5. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони	2
6	Тема 6. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	2
7	Тема 7. Інтернет-маркетинг в Е-комерції	2
	<b>Разом</b>	<b>14</b>

<b>Критерії оцінювання завдань на семінарських заняттях:</b>
<b>100%</b> від зазначеного балу – відмінний рівень виконання з можливими незначними недоліками
<b>80-90%</b> від зазначеного балу - достатньо високий рівень виконання без суттєвих (грубих) помилок
<b>70-80%</b> від зазначеного балу – в цілому добрий рівень виконання з незначною кількістю помилок
<b>60-70%</b> – посередній рівень знань виконання із значною кількістю недоліків
<b>50-60%</b> – мінімально можливий допустимий рівень виконання

## 5. Програма навчальної дисципліни

### *Змістовний модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції*

#### **Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції**

Предмет і зміст дисципліни “Електронна комерція”. Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Передумови виникнення та переваги Е-бізнесу і Е-комерції. Історія розвитку Е-бізнесу в Україні та світі. Причини переходу в кіберпростір. Місце Е-комерції в інформаційному секторі економіки. Роль Е-комерції у сучасному бізнесі. Підходи науковців до визначення поняття “електронна комерція” та “електронний бізнес”. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, стандарти, інститути та процедури Е-бізнесу і Е-комерції. Закон України “Про електронну комерцію”.

Сутність Інтернет-комерції та її відмінність від Е-комерції. Принципи функціонування Е-бізнесу (М. Кастельс, К. Келлі). Види електронної економічної діяльності. Статистика електронного бізнесу. Технології електронного бізнесу. Етапи створення Е-бізнесу.

Складові Е-комерції. Суб’єкти Е-комерції. Моделі Е-комерції: B2B, B2C, B2G, C2B, C2C, C2G, G2B, G2C, G2G. Перспективні бізнес-моделі застосування Інтернет-технологій у бізнесі. Сфери розповсюдження та рівні реалізації систем Е-комерції (СЕК).

*Література: 1, 3, 4, 5, 6, 9, 14, 15, 16, 17, 18.*

#### **Тема 2. Специфіка діяльності віртуальних підприємств на ринку**

Поняття “віртуального підприємства” і “віртуального продукту”. Підходи науковців до визначення “віртуального підприємства” в Україні та за кордоном. Простір віртуалізації підприємств. Основні характеристики віртуальних підприємств. Оцінка технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Приклади реальних віртуальних підприємств.

Передумови організації віртуальних підприємств. Структурні умови існування віртуальних підприємств. Етапи створення віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств. Принципи утворення віртуальних підприємств. Проблеми, що виникають при створенні віртуальних підприємств. Фактори, які слід враховувати при утворенні віртуальних підприємств.

Види та форми віртуальних підприємств. Критерії класифікації віртуальних підприємств. Порівняльна характеристика статичних та динамічних віртуальних

підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх сильні та слабкі місця функціонування.

*Література: 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 17, 19.*

### **Тема 3. Електронні платіжні системи в електронній комерції**

Сутність платіжної системи. Внутрішньодержавна та міжнародна платіжні системи. Характеристика електронної платіжної системи та вимоги до неї. Типи електронних платіжних систем. Види електронних систем взаєморозрахунків. Платіжні інструменти: готівка, банківські перекази, електронні гроші, перекази за допомогою пластикових карток, смарт-карток, систем “Інтернет-банк”, “Клієнт-банк”.

Історія виникнення пластикових карт. Класифікація пластикових карток. Основні поняття систем взаєморозрахунків пластиковими картками. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті. Учасники платежів та розрахунків у мережі Інтернет. Переваги та недоліки використання пластикових карток в Інтернет-комерції.

Дебетові і кредитні електронні платіжні системи. Схема платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Переваги та недоліки кредитних систем. Схема процесу платежу за допомогою електронних чеків. Електронні гроші. Схема обігу електронних грошей. Переваги та недоліки використання електронних грошей. Особливості використання дебетових платіжних систем: їх сильні та слабкі сторони.

Система електронних платежів України. Недоліки використання пластикових карток при розрахунках в Інтернет. Захист комерційної інформації при розрахунках в Інтернет.

*Література: 1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 17.*

## *Змістовий модуль 2. Організація роботи електронного ринку та просування товарів на ньому*

### **Тема 4. Принципи організації та управління Інтернет-магазином**

Електронний ринок: характеристика та аналіз його ключових дійових осіб. Кількісні і якісні характеристики Інтернет-ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Послуги на електронному ринку. Основні компоненти Інтернет-магазину.

Поняття “електронного магазину”, його суть та принципи організації. Створення та організація комерційної діяльності електронного магазину. Вимоги до технічного та програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню та управлінню електронним-магазином.

Процес здійснення покупки в Інтернет-магазині. Інтернет-магазин, що не має власних складів. Інтернет-магазин, що має власні склади. Переваги і недоліки Інтернет-магазині в порівнянні з традиційним магазином. Бізнес-процеси Інтернет-магазину. Завдання Інтернет-магазину. Правова база діяльності Інтернет-магазину. Підтвердження угоди.

*Література: 1, 2, 4, 5, 6, 7, 13, 14, 15, 16.*

### **Тема 5. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони**

Організація роботи Інтернет-аукціону. Вимоги до Інтернет-аукціону та принципи його діяльності. Суб'єкти та об'єкти Інтернет-аукціону. Діяльність Інтернет-аукціонів в Україні та світі: спільні та відмінні риси. Основна і додаткові функції діяльності Інтернет-аукціону.

Забезпечуючі служби діяльності Інтернет-аукціону. Характеристика складових елементів інфраструктури Інтернет-аукціону. Каталог на Інтернет-аукціоні.

*Література: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 15, 16, 17, 18.*

### **Тема 6. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків**

Торговельні майданчики як один із ключових елементів сучасного електронного ринку. Сутність та зміст роботи торговельного майданчика. Ідея торгового майданчика: джерела пошуку та етапи комерціалізації.

Види торгових майданчиків, головні класифікаційні критерії. Біржа. Аукціон. Процес створення сайту для Е-торгівлі. Дизайн та Web-студії. Послуги дизайн-студій. М-commerce. Переваги та недоліки в роботі електронних торговельних майданчиків. Предмети торгівлі на електронних торговельних майданчиках.

*Література: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 13, 14, 15.*

### **Тема 7. Інтернет-маркетинг в Е-комерції**

Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Відмінність маркетингу в Інтернеті від традиційного маркетингу. Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку. Принципи маркетингу в Інтернеті. Основні засоби просування товарів і послуг в Інтернеті. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенчмаркінг, сайтопромоутинг.

Характеристика Інтернет-реклами. Види Інтернет-реклами (банери, текстові блоки, розсилання, спонсорські пакети). Методи реклами (реєстрація в пошукових системах, каталогах, розсилання e-mail, партнерські програми, банерна реклама, зовнішня реклама, телебачення, радіо, журнали). Інтернет-реклама як форма Інтернет-бізнесу. Переваги реклами в Інтернеті. Типові послуги електронних рекламних агентств (креатив, медіабайнг, PR-супровід). Специфіка ціноутворення в мережі Інтернет. Логістика Е-комерції. Ефективність Інтернет-реклами. Вірусний маркетинг та спам.

Маркетингові цифрові комунікації як комплекс заходів щодо просування товарів за допомогою мережевих технологій Інтернету. Просування сайту в пошукових системах, що дозволяє досягнути ефективною взаємодії з цільовою аудиторією. Комплекс Інтернет-маркетингу комплексу маркетингу. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Посередники електронного ринку.

*Література: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 17, 19, 21.*



## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	4	4
Відвідування семінарських занять	1	3	3	4	4
Робота на семінарському занятті	10	3	30	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом		-	76	-	93
Максимальна кількість балів:		169			
Розрахунок коефіцієнта		1,69			

### 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин/бали
<b>Змістовий модуль 1</b>		
1	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	2/5
2	Тема 2. Специфіка діяльності віртуальних підприємств на ринку	2/5
3	Тема 3. Електронні платіжні системи в електронній комерції	2/5
<b>Змістовий модуль 2</b>		
4	Тема 4. Принципи організації та управління Інтернет-магазином	2/5
5	Тема 5. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони	2/5
6	Тема 6. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	2/5
7	Тема 7. Інтернет-маркетинг в Е-комерції	2/5
<b>Разом</b>		<b>14/35</b>

#### *Тематика завдань для самостійної роботи*

1. Електронна звітність. Цифровий підпис в Е-комерції
2. Розробка бізнес-моделей в Е-комерції
3. Електронний PR-менеджмент
4. Оптимізація продажів засобами Е-комерції
5. Основні характеристики Інтернет-аудиторії в Україні
6. Ризики та безпека в Е-комерції в Україні та світі
7. Розвиток Е-комерції в Україні
8. Правове регулювання Е-бізнесу в Україні
9. Інтелектуальна власність в Е-торгівлі
10. Електронна комерція в різних галузях економіки
11. Страхування Е-бізнесу та сертифікація його учасників
12. Методи визначення ефективності Е-комерції
13. Системи електронного документообігу в Е-комерції

14. Організація надання послуг в Е-комерції
15. Еволюція бізнесу в Інтернет
16. Дистанційне навчання як різновид Е-бізнесу
17. Технології розробки Інтернет-проектів
18. Інвестиційна привабливість Інтернет-бізнесу
19. Особливості функціонування Інтернет-аукціонів
20. Мультиагентні системи Е-комерції
21. Організація бізнесу в Інтернеті, секрети успіху
22. Технологія торгівлі у віртуальному магазині
23. Сучасний стан та перспективи розвитку електронного урядування
24. Вплив електронного бізнесу на життя суспільства

### Критерії оцінювання самостійної роботи

К-сть балів	Критерії оцінювання
5	оволодіння теоретичним матеріалом, винесеним на самостійне опрацювання, використання рекомендованої та додаткової літератури; творчий підхід, чітке володіння понятійним апаратом, уміння використовувати отримані знання для виконання конкретних практичних завдань, розв'язання ситуацій.
4-3	засвоєння теоретичного матеріалу з відповідної теми, винесеного на самостійне опрацювання, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних завдань за наявності незначних помилок або неточностей
2-1	неповне засвоєння матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання, недостатнє володіння основними поняттями навчальної дисципліни, недостатнє вміння застосовувати теоретичний матеріал для виконання практичних завдань
0	матеріал для самостійного опрацювання не засвоєний, відсутні знання основних понять і термінів навчальної дисципліни, невміння застосовувати теоретичний матеріал для виконання практичних завдань

### 6.3.Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Форма проведення модульного контролю – модульна контрольна робота

Форма проведення – тестові завдання

Час проведення – 80 хвилин

Максимальна кількість балів: 25 балів

#### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

К-сть балів	Критерії оцінювання
25	В повному обсязі володіє матеріалом, вільно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу; стилістично грамотно викладає матеріал
24-20	Достатньо повно володіє матеріалом, обґрунтовано його викладає, розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Проте виклад окремих питань недостатньо змістовний та аргументований, допущені окремі несуттєві неточності та незначні помилки

19-15	Загалом володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури. Допускає окремі суттєві неточності та помилки
14-10	Володіє навчальним матеріалом не в повному обсязі, викладає його фрагментарно, без обґрунтування, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускає суттєві неточності
9-5	Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки
4-0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань

#### 6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль проводиться у вигляді заліку, тому виставляється автоматично за результатами роботи (накопичених балів) впродовж семестру

#### 6.6. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
<b>A</b>	<b>90 – 100</b> балів	<b>Відмінно</b> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
<b>B</b>	<b>82-89</b> балів	<b>Дуже добре</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
<b>C</b>	<b>75-81</b> балів	<b>Добре</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
<b>D</b>	<b>69-74</b> балів	<b>Задовільно</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
<b>E</b>	<b>60-68</b> балів	<b>Достатньо</b> – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
<b>F, FX</b>	<b>1-59</b> балів	<b>Незадовільно з обов'язковим повторним проходженням</b> – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного проходження

## 7. Навчально-методична карта дисципліни

Разом: 60 год., із них: лекції – 14 год., семінарські заняття – 14 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год.

Модулі (назви, бали) Номер теми	Змістовий модуль 1 (76 балів)			Змістовий модуль 2 (93 балів)				
	1	2	3	7	8	9		
Лекції (теми, бали) відвідування	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	Тема 4. Принципи організації та управління Інтернет-магазинном	Тема 5. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони	Тема 6. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	Тема 7. Інтернет-маркетинг в Е-комерції	
		1 бал	1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	
		5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	
	Тема 2. Специфіка діяльності віртуальних підприємств на ринку	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	Тема 3. Електронні платіжні системи в електронній комерції	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал
		1 бал	1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	
		5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	
	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	Тема 3. Електронні платіжні системи в електронній комерції	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал
		1 бал	1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	
		5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	
		5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	
Самостійна робота (бали) Поточний контроль (вид, бали)	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)				
<i>Підсумковий рейтинговий бал – 169</i>								
<i>Коефіцієнт переведення рейтингу у 100-бальну шкалу – 1,69</i>								

## 8. Рекомендовані джерела

### Основна (базова)

1. Дrajниця С.А. (2013). Електронна комерція: навч. посібник. Львів: Новий світ-2000. 184 с.
  2. Зелинский С.Э. (2008). Автоматизация управления предприятием: учебное пособие. Київ : Кондор. 518 с.
  3. Краус К.М., Краус Н.М. (2020). Цифрова трансформація бізнес-моделі роздрібно́ї торгівлі: X Міжнар. нак-практ. інтернет-конф. “Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації”. Полтава: ПУЕТ, 27-28 квіт.. С. 195–198.
  4. Краус К.М., Краус Н.М., Марченко О.В. (2020). Інноваційне підприємництво і цифровий бізнес: науково-економічна фіча розвитку та зміни в управлінні. *Ефективна економіка*, 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7779> (дата звернення: 30.04.2020).
  5. Kraus K., Kraus N., Marchenko O. (2020). The impact of servation on the results of economic digital entrepreneurship activities. *Ukraine in the context of global and national modern servisation processes and digital economy: monograph*, Praha: OKTAN PRINT. 81–91.
  6. Kraus K. (2020). New quality of entrepreneurship management as a result of application of digital technologies. *Collection of materials “Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management”*. Riga: Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems, pp. 72–76.
- Додаткова**
7. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. (2012). Електронна комерція: навч. посібник. К.: КНЕУ. 326 с.
  8. Кавторєва Я. (2009). Інтернет-магазин: організація, оподаткування, облік. Х.: Фактор. 128 с.
  9. Меджибовська Н.С. (2014). Електронна комерція. К.: ЦУЛ. 384 с.
  10. Тардаскіна Т.М. (2011). Електронна комерції: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 244 с.
  11. Царьов Р.Ю. (2010). Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова. 112 с.
  12. Шалева О.І. (2011). Електронна комерція: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури. 216 с.
  13. Апопій В.В. (2012). Особливості електронної торгівлі та проблеми її сучасного розвитку в Україні. *Регіональна економіка*, 3. С. 181–190.
  14. Дубовик Т. (2013). Інтернет-торгівля в Україні. *Вісн. КНЕТУ*, 1. С. 20–28.
  15. Козак В. (2013). Захист персональних даних та правила приватності при дослідженнях в Інтернет. *Маркетинг в Україні*, 3. С. 49.
  16. Кудирко Н.Ф. (2014). Особливості сучасного стану ринку електронної комерції в Україні. *Технології та дизайн*, 1(10). С. 1–7.
  17. Тягунова Н.М. (2013). Інтернет-торгівля: сутність та особливості. *Вісн. Полтав. держ. аграр. акад.*, 3. С. 160–162.
  18. Филина О. (2013). Три основи довгосрочного успеха в інтернете. *Маркетинг в Україні*, 2. С. 51–57.

### **Нормативно-правові акти:**

19. Про електронний цифровий підпис: закон України від 22.05.2003 р. № 852-IV.

20. Про електронні документи та електронний документообіг: закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV.

21. Про електронну комерцію: проект закону від 17.06.2013 р. № 2306а.

22. Про платіжні системи та переказ грошей в Україні: Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).

23. Постанова Національного банку України “Про здійснення операцій з використанням електронних платіжних засобів” від 05.11.2014 № 705. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0705500-14>.

### **9. Додаткові ресурси:**

24. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції. URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5>.

25. Гаврилишин Н.М. Сучасний стан та перспективи розвитку електронної комерції в Україні. URL: [http://www.rusnauka.com/15\\_APSN\\_2010/Informatica/67476.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Informatica/67476.doc.htm).

26. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики. URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-komerciya-v-ukrayini-konkurentnyy-dysbalans-i-podatkovyi-vyklyky>.