

Опис дисципліни

Назва дисципліни: ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Рівень вищої освіти: БАКАЛАВР

Обсяг дисципліни: кількість годин - 150 ; кількість кредитів ECTS – 5.

Мова викладення: українська

Кафедра: Публічного управління, менеджменту та маркетингу

Викладачі: к.е.н, доцент Моргачов І.В.

Максимальна кількість здобувачів вищої освіти, які можуть обрати дисципліну: не обмежується

Рекомендований семестр для вивчення навчальної дисципліни: 3

Вимоги до початку вивчення (пререквізити): для вивчення дисципліни "Електронна комерція" здобувач вищої освіти попередньо повинен набути програмні результати навчання, пов'язані з основами маркетингу, менеджменту.

Що буде вивчатися:

Тема 1. Введення в Електронну комерцію. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Моделі електронного бізнесу. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Сфери застосування електронної комерції. Переваги і недоліки електронної комерції. Моделі електронної комерції (B2B, B2C, C2C). Електронний аукціон. Електронні торгові площадки. Електронні біржі. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Можливості електронної комерції.

Тема 2. Електронний ринок на базі Інтернет. Роздрібна торгівля в Інтернет. Електронний ринок — поняття та основні принципи функціонування. Сектори ринку електронної комерції (роздрібний ринок, сектор торгівлі між підприємствами, електронний фінансовий ринок). Інтернет-магазини — необхідні умови ефективного функціонування. Поняття електронного магазину. Класифікація електронних магазинів. Структура та основні функції електронних магазинів. Порівняльний аналіз електронних магазинів. Кількісна і якісна оцінка електронного магазину. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків.

Тема 3. Технології Інтернет в електронній комерції. Мережа Інтернет як інструмент електронної комерції. Принципи побудови мережі Інтернет. Можливості Інтернет для бізнесу. Сервіси Інтернет. Технології Internet / Intranet. Використання в управлінні бізнесом Інтернет як інформаційний простір. Структура інформаційного простору Інтернету. Прихований Web. Способи та методи пошуку в Інтернет. Рекомендації до організації пошуку. Оцінка результатів пошуку інформації в Інтернет.

Тема 4. Web-сайт в електронному бізнесі. Роль та функції Web-сайту в електронному бізнесі. Види бізнес-сайтів Корпоративні портали в реалізації електронного бізнесу. Принципи проектування Web-сайтів. Класифікація Web-сайтів. Етапи проектування Web-сайтів. Технічні аспекти та практика реалізації Web-сайтів. Структура сайту. Засоби Microsoft Office для створення Web-сайтів. Створення Web-сторінки засобами Word. Створення Web-сторінки засобами Excel. Створення Web-сторінки засобами PowerPoint. Створення Web-сторінки засобами MS FrontPage. Створення сайту на безкоштовному хостингу. Оцінка якості Web-ресурсу.

Тема 5. Стратегії розвитку електронного бізнесу. Етапи проектування та розробки сайту. Розробка стратегії ЕБ. Аналіз цільових аудиторій компанії в мережі Інтернет. Конкурентний аналіз. Аналіз комунікаційного поля компанії. Просування Internet-проєкту. Методи просування сайтів. Пошукова оптимізація.

Тема 6. Маркетинг в електронній комерції. Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Принципи маркетингу в Інтернет. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку — первинні і вторинні маркетингові дослідження. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенчмаркінг. Інструменти Інтернет-маркетингу. Індивідуальний та масовий маркетинг Медійна та контекстна реклама Пошуковий маркетинг. SMO і SMM (медіа оптимізація та маркетинг). Прямий маркетинг з використанням e-mail, RSS і т.п. Вірусний маркетинг. Прихований маркетинг. Партизанський маркетинг.

Тема 7. Платіжні та фінансові системи Інтернет. Фінансові Інтернет-послуги. Види фінансових Інтернет-послуг та їх особливості. Практичні приклади надання фінансових Інтернет-послуг в розвинених країнах і Україна. Інтернет-платіжні системи. Особливості транзакцій в Інтернет. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація. Інтернет-платіжних системи для поточних і оптових платежів. Види платіжних засобів, що використовуються в Інтернет. Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротранзакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків. Інтернет-платіжні системи в Україні. Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет. Системи управління

інвестиціями через Інтернет. Інтернет-трейдинг, його типи (робота з цінними паперами, торгівля валютою на ринку FOREX) та основні функціональні можливості систем. Організація електронного способу страхування в системах Інтернет-страхування.

Тема 8. Безпека і захист інформації при електронній комерції. Огляд систем захисту інформації в Інтернеті. Методи захисту інформації (законодавчі, адміністративні, процедурні, програмно-технічні). Категорії захисту: конфіденційність, цілісність, доступність. Типи загроз (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки та політика інформаційної безпеки. Засоби захисту інформації та вибір основних рішень по забезпеченню режиму інформаційної безпеки. Використання цифрового підпису в електронній комерції. Безпека в Інтернет. Атаки на Інтернет. Рекомендації з безпеки.

Тема 9. Перспективи електронної комерції. Технології: Інтернет і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротранзакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в мережі Інтернет, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи. Економічні перспективи електронної комерції в розвинених країнах і Україна. Кількісні та якісні критерії змін. Удосконалення інфраструктури. Зростання обсягів мікротранзакцій. Впровадження смарт-карт. Удосконалення систем безпеки. Реструктуризація традиційних компаній і фінансових посередників.

Чому це цікаво/треба вивчати:

Після вивчення дисципліни здобувач вищої освіти здобуде компетентності у вигляді знань:

- основних понять електронної комерції;
- характеристик систем електронної комерції;
- основних концепцій побудови систем електронної комерції;
- основних переваг ведення бізнесу за допомогою Internet;
- основних моделей систем електронної комерції;
- засобів організації систем електронної комерції;
- основних інструментів ведення електронної комерції;
- методів та засобів розробки стратегії електронного бізнесу підприємства.

Після вивчення дисципліни здобувач вищої освіти здобуде компетентності у вигляді вмінь:
використовувати інструментарій створення і використання систем електронної комерції.

Чому можна навчитися (результати навчання):

- формувати адаптивні системи електронної комерції;
- здійснювати оцінку доцільності та ефективності систем електронної комерції;
- результативно використовувати сучасні системи електронної комерції.

Як можна користуватися набутими знаннями та вміннями (компетентностями):

Набуті у процесі вивчення дисципліни компетентності зумовлюють здатність здобувача вищої освіти розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері електронної комерції, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та глибоке переосмислення наявних і створення нових цілісних знань та професійної практики.

Рекомендована література:

1. Береза А.М. та ін. «Електронна комерція» К.: КНЕУ, 2002– 326с.
2. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ : «Лілея_НВ» – 2015. – 264 с.
3. Пономаренко Л. А., Філатов В. О. Електронна комерція: Підручник / За ред. А. А.Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2002. – 345 с.
4. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Т19 Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
5. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

Форми та методи навчання: лекції, практичні заняття, самостійна робота

Методи і критерії оцінювання:

Поточний контроль: письмові завдання поточного контролю, тестування, індивідуальне та фронтальне опитування на практичних заняттях.

Підсумковий контроль містить письмові контрольні роботи, звіти за діловими іграми, підсумкове комплексне опитування.