

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра кібернетики та інформатики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
кібернетики та інформатики

“ 25 ” _____ 2020 р.

С.В. Агаджанова (Агаджанова С.В.)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

ВК 6.1 Електронна комерція

(шифр і назва навчальної дисципліни)

Спеціальність: 126 Інформаційні системи та технології

Освітня програма: “Інформаційні системи та технології”

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Факультет: *економіки і менеджменту*

2020 – 2021 навчальний рік

Робоча програма з **Електронна комерція** для студентів за спеціальністю **126 Інформаційні системи та технології**.

Розробник: **доцент, кандидат економічних наук В'юненко О.Б.**




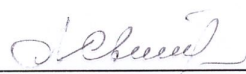
Робочу програму схвалено на засіданні кафедри **кібернетики та інформатики**.

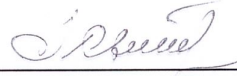
Протокол від 17.06.2020 року № 10

Завідувач кафедри  (Агаджанова С.В.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проектної групи)  (Толбатов А.В.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Декан факультету  (Строченко Н.І.)
на якому викладається дисципліна

Декан факультету  (Строченко Н.І.)
до якого належить кафедра

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації  (J. Баранік)

Зареєстровано в електронній базі: 24.07 2020 р.
дата

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра кібернетики та інформатики

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри
кібернетики та інформатики**
“ _____ ” _____ 2020 р.
_____ (Агаджанова С.В.)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

ВК 6.1 Електронна комерція
(шифр і назва навчальної дисципліни)

Спеціальність: 126 Інформаційні системи та технології

Освітня програма: “Інформаційні системи та технології”
перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Факультет: економіки і менеджменту

2020 – 2021 навчальний рік

Робоча програма з **Електронна комерція** для студентів за спеціальністю **126 Інформаційні системи та технології**.

Розробник: **доцент, кандидат економічних наук В'юненко О.Б.**

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри **кібернетики та інформатики**.

Протокол від 17.06.2020 року № 10

Завідувач кафедри _____ (Агаджанова С.В.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми
(керівник проектної групи) _____ (Толбатов А.В.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Декан факультету _____ (Строченко Н.І.)
на якому викладається дисципліна

Декан факультету _____ (Строченко Н.І.)
до якого належить кафедра

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації _____ (_____)

Зареєстровано в електронній базі: _____ 2020 р.
дата

1 Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 12 Інформаційні технології Напрямок підготовки:	<i>Нормативна</i>	
Модулів – 2	Спеціальність 126 – Інформаційні системи та технології	Рік підготовки:	
Змістових модулів: 4		2020- 2021-й	
Індивідуальне науково-дослідне завдання: -		Курс	
Загальна кількість годин - 150		1ст	
		Семестр	
		2(в)	
	Лекції		
		46 год.	-
	Практичні, семінарські		
		30 год.	-
	Лабораторні		
		-	-
	Самостійна робота		
		74 год.	-
	Індивідуальні завдання:		
	-		
	Вид контролю:		
	екзамен		-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійної роботи студента - 6	Освітній ступінь: <i>Бакалавр</i>		

Примітки.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 50 / 50 (76 / 74)

2 Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1 Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Електронна комерція»: формування в майбутніх фахівців економічного профілю цілісної системи знань про електронну комерцію як складову електронного бізнесу та здобуттю практичних навичок із здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

2.2 Завдання навчальної дисципліни

Завдання дисципліни: вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, методів захисту інформації; набуття вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

Вивчення навчальної дисципліни “Електронна комерція” передбачає формування у студентів компетентностей:

Програмні компетентності			
№	Вид програмних компетентностей		
1	Загальні		
	Код спеціальності	Програмна компетентність	Шифр
	126	<i>Здатність</i> до розуміння предметної області та професійної діяльності. <i>Здатність</i> оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. <i>Здатність</i> проводити дослідження та презентувати результати.	K33, K38, K312
2	Фахові (спеціальні)		
	Код спеціальності	Програмна компетентність	Шифр
	126	<i>Здатність</i> аналізувати об'єкт проектування або функціонування та його предметну область. <i>Здатність</i> застосовувати стандарти в області інформаційних систем та технологій при розробці функціональних профілів, побудові та інтеграції систем, продуктів, сервісів і елементів інфраструктури організації. <i>Здатність</i> вибору, проектування, розгортання, інтегрування, управління, адміністрування та супроводжування інформаційних систем, технологій та інфокомунікацій, сервісів та інфраструктури організації. <i>Здатність</i> до аналізу, синтезу і оптимізації інформаційних систем та технологій з використанням математичних моделей і методів. <i>Здатність</i> управляти та користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними системами та технологіями (у тому числі такими, що базуються на використанні Інтернет).	KC1 KC2 KC10 KC13 KC15 KC17

		Здатність до використання сучасних програмних платформ реалізації алгоритмів, економіко-математичних та імітаційних моделей, до застосування спеціальних пакетів аналізу статистичних даних та моделювання економічних процесів та систем.	
--	--	--	--

2.3 Програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція» студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання (витікають із освітньо-професійної програми):

№	Код спеціальності	Програмні результати навчання	Шифр
2	126	<p>Аргументувати вибір програмних та технічних засобів для створення інформаційних систем та технологій на основі аналізу їх властивостей, призначення і технічних характеристик з урахуванням вимог до системи і експлуатаційних умов; мати навички налагодження та тестування програмних і технічних засобів інформаційних систем та технологій. Демонструвати знання сучасного рівня технологій інформаційних систем, практичні навички програмування та використання прикладних і спеціалізованих комп'ютерних систем та середовищ з метою їх запровадження у професійній діяльності. Застосовувати правила оформлення проектних матеріалів інформаційних систем та технологій, знати склад та послідовність виконання проектних робіт з урахуванням вимог відповідних нормативно-правових документів для запровадження у професійній діяльності. Здійснювати системний аналіз архітектури підприємства та його ІТ-інфраструктури, проводити розроблення та вдосконалення її елементної бази і структури. Демонструвати вміння розробляти техніко-економічне обґрунтування розроблення інформаційних систем та технологій та вміти оцінювати економічну ефективність їх впровадження. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань. Застосовувати сучасні інформаційні технології у соціально-економічних дослідженнях.</p>	ПРН5 ПРН6 ПРН8 ПРН9 ПРН11 ПРН14 ПРН19

3. Програма навчальної дисципліни

Навчальна програма з дисципліни "Електронна комерція", затверджена Вченою радою СНАУ, протокол № 12 від 04.06.2018 року.

Змістовий модуль 1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки.

Тема 1. Електронна комерція. Вступ. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасній електронній комерції. Правові внутрішньо-державні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронної комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка). Сфери використання електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції.

Тема 2. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності. Системи оплати за послуги Internet. Найпоширеніші послуги Internet. Система телеконференцій в Internet. Системи оплати за користування системою телеконференцій. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії. Визначення електронної комерції, характеристика та аналіз. Аналіз та характеристика бізнес-операцій та операцій, в яких використовується електронна комерція. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасній електронній комерції. Правові внутрішньо-державні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронної комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка). Сфери використання електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції.

Змістовий модуль 2. Можливості Е-бізнесу.

Тема 3. Рух грошей в мережі. FTP-послуга. WWW-послуга. Протокол НТТР (Hypertext Transfer Protocol). Нові форми грошей в умовах формування інформаційного суспільства. Електронні гроші: сутність і типологізація. Віртуальна валюта біткоїн з позиції теорії грошей. Функції віртуальних грошей. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії. Пластикова

картка як платіжний інструмент. Держателі карток. Точки обслуговування. Банк-емітент як гарант виконання платіжних зобов'язань при проведенні розрахунків. Банк-еквайєр. Авторизація як процедура посвідчення повноважень і підтвердження платоспроможності при здійсненні операції. Характеристика та аналіз комунікаційних технологій: електронної пошти, факс, технології електронного обміну даними і електронних платежів. Віртуальний інкасатор. Управління банківськими рахунками через Internet. Брокерські послуги в Internet їх характеристика та аналіз. Технології платежа при електронній комерції. Послуги Internet-брокерідж, характеристика, класифікація та аналіз. Internet-брокеридж з використанням спеціального програмного забезпечення. Аналіз та характеристика систем торгівлі цінними паперами.

Тема 4. Безпека інформації при електронній комерції. Інформаційна безпека ІС. Законодавчий рівень. Адміністративний рівень. Процедурний рівень. Проблеми безпеки систем ЕТ. Основними поняттями інформаційної безпеки. Цифровий сертифікат. 12 основних вимог з безпеки. Безпека (захист від злому інформації та інших злочинних зазіхань). Методи захисту інформації (законодавчі - закони, нормативні акти, стандарти та ін.; адміністративні - дії загального характеру; процедурні - конкретні заходи безпеки, що мають справу з людьми; програмно-технічного (конкретні технічні заходи). Категорії захисту: конфіденційність (захист від несанкціонованого доступу), цілісність (актуальність і несуперечність інформації, її захищеність від руйнування і несанкціонованої зміни), доступність (можливість за прийнятний час отримати необхідну інформаційну послугу). 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. Захист цілісності даних і програм від шкідливого програмного забезпечення - комп'ютерних вірусів. Безпека в Internet. Атаки на Internet. Рекомендації по безпеці.

Тема 5. Комерція на споживчому ринку і між підприємствами. Електронний бізнес. Електронна комерція. Електронна крамниця. Електронний он-лайн аукціон. Електронний торговельний центр. Система Intranet. Система workflow. Телеробота. Споживчий ринок та Internet-ринок, їх кількісні та якісні показники і параметри. Сегментація та вибір цільових ринків. Особливості конкуренції на Internet-ринку. Стратегії компаній на Internet-ринку та способи їх реалізації. Internet та еволюція методів маркетингу. Основні тенденції розвитку методів маркетингу. Масовий маркетинг і індивідуальний маркетинг. Задачі маркетингу і демографія Internet. Аналіз методів на Internet-ринку. Нові ролі і маркетингові можливості. Відмінність маркетингу в Internet від традиційного маркетингу. Електронна пошта як інструмент маркетингу. Демографічний аналіз споживачів. Реклама в електронній комерції - планування ринкової діяльності, реклама та сприяння збуту, дослідження в рекламі, ефективність реклами. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків, характеристика та аналіз. Аукціони в Internet. Операції між фірмами. Ланцюжки додавання вартості. Еволюція бізнесу в Internet. Посередництво. Мережі співтовариств.

Змістовий модуль 3. Основні способи ведення електронної комерції.

Тема 6. Електронний ринок. Інтернет-магазини. Поняття Інтернет-магазину. Процес здійснення покупки. Переваги і недоліки. Корпоративні сайти. Основна і додаткові функції. Властивості для підтримки позитивного іміджу. Структурні елементи корпоративного сайту. Контент-проекти. Визначення контенту. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Забезпечуючі служби. Торговельні майданчики. Ідея торгової площадки. Бізнес-модель. Види торгових площадок. Біржа. Аукціон. Каталог. Розроблення та підтримка сайтів. Процес створення сайту. Дизайн та WEB-студії. Послуги студій. Мобільна комерція. М-commerce. Переваги. Предмети торгівлі. Особливості торгівлі послугами. Форми оплати вартості. Системи платежів для електронної комерції. Електронний ринок – характеристика та аналіз. Віртуальні ринки. Кількісні і якісні характеристики Internet-ринку. Сегментація ринку. Стратегія діяльності на ринку та її типи. Позиціонування ринку. Конкуренція на ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронний ринків. Концепція: перехід від паперових форм інформації до електронних. Продавці і покупці. Послуги на електронному ринку. Платіжні системи в Internet. Організація сайту для прямого продажу. Моделі прямого продажу. Продукти і послуги для продажу в Internet. Зв'язок клієнтів з партнерами. Доставка товарів та маршрутизація. Переваги і проблеми електронної комерції. On-line продажу. Торгівля інформаційними продуктами і послугами. Торгівля традиційними товарами. Електронний ринок міжбанківських валютних бірж, характеристика та аналіз. Банківське обслуговування on-line. Створення та організація електронного магазину. Вимоги до технічного та програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню, настройці і управлінню Internet-магазином. Типова конфігурація Internet-магазину. Сайт, характеристика та аналіз. Створення сайту для корпоративних комунікацій. Обслуговування клієнтів і надання сервісу. Доступ до корпоративних баз даних. Web-вузел, характеристика та аналіз. Три рівні Web-послуг. Опис Web-вузла: консолідація інформації для ділового сектора. Спеціалізовані списки. Створення Web-вузла. Впровадження та розвиток Web-вузла. Використання баз даних. Аналіз: інформація - основа ринку, електронний супермаркет, типи купівельної активності, каталоги, ринкові моделі, три важливі послуги, довготривалі транзакції, концепція розвитку Nets Inc. Вибір платіжних ресурсів.

Тема 7. Електронна підтримка споживачів. Засоби прив'язки до стандартного обладнання комп'ютера. Засоби використання ключових носіїв для захисту інформації. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів. Приклади роботи груп вірусів з різними особливостями алгоритмів. Засоби управління доступом до системи електронної комерції. Типи антивірусних програм. Якість і ефективність антивірусної програми для системи електронної комерції. Поняття маркетингу, система маркетингу підприємства. Реклама і маркетинг у глобальній мережі. Програмне забезпечення для електронної комерції, класифікація та аналіз. Клієнтська база даних – характеристика та аналіз. Альтернативні торгові системи - характеристика та аналіз. Концепція: системи Web Response і PPI. Впровадження: програмний модуль і модуль безпеки, кодування потоку

повідомлень, модуль Transaction Manager, модуль Commerce Engine, деякі зміни в Web Response. Опис Web-вузла: контакт з користувачем в інтерактивному режимі, Інтерфейс Web Response, Впровадження PPI. Аналіз: захист конфіденційної інформації Microsoft, пропозиції платних послуг, турбота про безпеку. Вбудована гнучкість. Технології підтримки електронної комерції.

Тема 8. Системи платежів для електронної комерції. Кредитні Internet-системи. Дебетові Internet-системи. Електронні гроші. Смарт-картка. Електронна платіжна система Webmoney Transfer. Система платежів для електронного бізнесу CyberPlat. Платіжна Internet-система PayCash. Електронний гаманець. Криптографічні засоби шифрування інформації. Платіжна система в Internet та умови здійснення платежів. Кредитні Internet-системи. Дебетові Internet-системи. Найпоширеніші електронні платіжні системи. Правові аспекти бізнесу в Internet. Загальні засади. Реклама і маркетинг у глобальній мережі. Реклама в Internet. Маркетинг в Internet.

Змістовий модуль 4. Системи платежів для електронної комерції.

Тема 9. Віртуальне підприємство. Створення віртуального офісу. Віртуальні співтовариства. Особливості віртуальних співтовариств. Проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства. Освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства. Приклади віртуальних співтовариств. Структурні і функціональні характеристики віртуальних співтовариств. Створення Інтернет-магазину. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони. Концепція: віртуальне координування, прототип інформаційної системи, пілотний проект. Впровадження: операції в системі CITIS, використання відкритих стандартів, надання послуг, контроль за доступом. Опис Web-вузла: контроль за доступом до загальних даних і додатків, пересилка даних виробнику, прискорений прийом заявок на підряд, контроль за реалізацією проектів, фінансові взаємовідносини. Аналіз: довіряйте посереднику доступ до інформації, Інші переваги CITIS, Підвищення інтенсивності експлуатації системи.

Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції. Корпоративні сайти і бізнес-портали. Торговельні концентратори. Електронний офіс. Електронні аукціони. Електронний бізнес-центр. Форми Internet-торгівлі. Internet-аукціони. Інтерактивне банківське обслуговування. Інформаційні послуги. Дистанційне навчання. Електронні системи розрахунку за товари і послуги. Маркетинг в Internet. Розвиток разом з Internet. Розвиток стандартів. Гнучкість організаційної структури. Як підвищити ефективність. Використання електронної комерції. Експерименти в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Маркетинг. Правові питання.

Тема 11. Перспективи електронної комерції. Основні напрями розвитку систем електронної комерції. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні. Банерна реклама в Internet. Оцінювання ефективності електронної комерції. Технології: Internet і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротранзакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в Internet, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	Усього	у тому числі				
го		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки						
Змістовий модуль 1 Електронна комерція в інформаційному секторі економіки.						
Тема 1. Електронна комерція. Вступ.	12	4	2			6
Тема 2. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності.	12	4	2			6
Разом за змістовим модулем 1	24	8	4			12
Змістовий модуль 2. Можливості Е-бізнесу.						
Тема 3: Рух грошей в мережі.	12	4	2			6
Тема 4. Безпека інформації при електронній комерції.	12	4	2			6
Тема 5. Комерція на споживчому ринку і між підприємствами.	12	4	2			6
Разом за змістовим модулем 2	36	12	6			18
Усього годин за модуль 1	60	20	10			30
Модуль 2. Основні способи ведення електронної комерції.						
Змістовий модуль 3. Основні способи ведення електронної комерції.						
Тема 6: Електронний ринок	12	4	2			6
Тема 7. Електронна підтримка споживачів	12	4	2			6
Тема 8. Системи платежів для електронної комерції.	16	4	4			8
Разом за змістовим модулем 3	40	12	8			20
Змістовий модуль 4. Системи платежів для електронної комерції.						
Тема 9. Віртуальне підприємство.	16	4	4			8
Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції.	18	6	4			8
Тема 11. Перспективи електронної комерції.	16	4	4			8
Разом за змістовим модулем 4	50	14	12			24
Усього годин за модуль 2	90	26	12			44
Усього годин	150	46	30			74

5. Темати та план лекційних занять (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та план	Кількість годин
весняний семестр		
1	Тема 1. Електронна комерція. Вступ. (Частина 1) 1.1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки.	2
2	Тема 1. Електронна комерція. Вступ. (Частина 2) 1.2. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet.	2
3	Тема 2. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності. (Частина 1) 2.1. Системи оплати за послуги Internet. 2.2. Найпоширеніші послуги Internet	2
4	Тема 2. Нові інформаційні технології в комерційній	2

	<p>діяльності. (Частина 2) 2.3. Система телеконференцій в Internet. 2.4. Системи оплати за користування системою телеконференцій.</p>	
5	<p>Тема 3. Рух грошей в мережі. (Частина 1) 3.1. FTP-послуга. 3.2. WWW-послуга. 3.3. Протокол HTTP (Hypertext Transfer Protocol).</p>	2
6	<p>Тема 3. Рух грошей в мережі. (Частина 2) 3.4. Нові форми грошей в умовах формування інформаційного суспільства. 3.5. Електронні гроші: сутність і типологізація. 3.6. Віртуальна валюта біткоїн з позиції теорії грошей. функції віртуальних грошей.</p>	2
7	<p>Тема 4. Безпека інформації при електронній комерції. (Частина 1). 4.1. Інформаційна безпека ІС. 4.2. Законодавчий рівень. 4.3. Адміністративний рівень. 4.5. Процедурний рівень. 4.6. Проблеми безпеки систем ЕТ.</p>	2
8	<p>Тема 4. Безпека інформації при електронній комерції. (Частина 2). 4.7. Основними поняттями інформаційної безпеки. 4.8. Цифровий сертифікат. 4.9. 12 основних вимог з безпеки.</p>	2
9	<p>Тема 5. Комерція на споживчому ринку і між підприємствами. (Частина 1). 5.1. Електронний бізнес. 5.2. Електронна комерція. 5.3. Електронна крамниця. 5.4. Електронний он-лайновий аукціон. 5.5. Електронний торговельний центр.</p>	2
10	<p>Тема 5. Комерція на споживчому ринку і між підприємствами. (Частина 2). 5.6. Система Intranet. 5.7. Система workflow. 5.8. Телеробота.</p>	2
11	<p>Тема 6. Електронний ринок. (Частина 1). 6.1. Інтернет-магазини. Поняття Інтернет-магазину. Процес здійснення покупки. Переваги і недоліки. 6.2. Корпоративні сайти. Основна і додаткові функції. Властивості для підтримки позитивного іміджу. Структурні елементи корпоративного сайту. 6.3. Контент-проекти. Визначення контенту. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Забезпечуючі служби.</p>	2
12	<p>Тема 6. Електронний ринок. (Частина 2). 6.4. Торговельні майданчики. Ідея торгової площадки. Бізнес-модель. Види торгових площадок. Біржа. Аукціон. Каталог.</p>	2

	<p>6.5. Розроблення та підтримка сайтів. Процес створення сайту. Дизайн та WEB-студії. Послуги студій.</p> <p>6.6. Мобільна комерція. M-commerce. Переваги. Предмети торгівлі. Особливості торгівлі послугами. Форми оплати вартості.</p>	
13	<p>Тема 7. Електронна підтримка споживачів. (Частина 1).</p> <p>7.1. Засоби прив'язки до стандартного обладнання комп'ютера.</p> <p>7.2. Засоби використання ключових носіїв для захисту інформації.</p> <p>7.3. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів.</p> <p>7.4. Приклади роботи груп вірусів з різними особливостями алгоритмів.</p>	2
14	<p>Тема 7. Електронна підтримка споживачів. (Частина 2).</p> <p>7.5. Засоби управління доступом до системи електронної комерції.</p> <p>7.6. Типи антивірусних програм.</p> <p>7.7. Якість і ефективність антивірусної програми для системи електронної комерції.</p> <p>7.8. Поняття маркетингу, система маркетингу підприємства.</p>	2
15	<p>Тема 8. Системи платежів для електронної комерції (Частина 1).</p> <p>8.1. Кредитні Internet-системи.</p> <p>8.2. Дебетові Internet-системи.</p>	2
16	<p>Тема 8. Системи платежів для електронної комерції (Частина 2).</p> <p>8.3. Електронні гроші.</p> <p>8.4. Смарт-картка.</p> <p>8.5. Електронна платіжна система Webmoney Transfer.</p> <p>8.6. Система платежів для електронного бізнесу CyberPlat.</p> <p>8.7. Платіжна Internet-система PayCash.</p> <p>8.8. Електронний гаманець.</p>	2
17	<p>Тема 9. Віртуальне підприємство. (Частина 1).</p> <p>9.1. Створення віртуального офісу.</p> <p>9.2. Віртуальні співтовариства.</p> <p>9.3. Особливості віртуальних співтовариств.</p> <p>9.4. Проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства.</p>	2
18	<p>Тема 9. Віртуальне підприємство. (Частина 2)</p> <p>9.5. Освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства.</p> <p>9.6. Приклади віртуальних співтовариств.</p> <p>9.7. Структурні і функціональні характеристики віртуальних співтовариств.</p>	2
19	<p>Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції. (Частина 1).</p> <p>10.1. Корпоративні сайти і бізнес-портали.</p> <p>10.2. Торговельні концентратори.</p> <p>10.3. Електронний офіс.</p> <p>10.4. Електронні аукціони.</p>	2

	10.5. Електронний бізнес-центр.	
20	Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції. (Частина 2). 10.6. Форми Internet-торгівлі. 10.7. Internet-аукціони.	2
21	Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції. (Частина 3). 10.8. Інтерактивне банківське обслуговування. 10.9. Інформаційні послуги. Дистанційне навчання.	2
22	Тема 11. Перспективи електронної комерції. (Частина 1). 11.1. Основні напрями розвитку систем електронної комерції.	2
23	Тема 11. Перспективи електронної комерції. (Частина 2). 11.2. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні.	2
	Разом	30

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<i>весняний семестр</i>		
1	Практична робота №1. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet.	2
2	Практична робота № 2. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії.	2
3	Практична робота № 3. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії.	2
4	Практична робота № 4. Візитні картки фірм. Корпоративні сайти і бізнес-портали.	2
5	Практична робота № 5. Візитні картки фірм. Корпоративні сайти і бізнес-портали.	2
6	Практична робота № 6. Системи платежів для електронної комерції.	2
7	Практична робота № 6. Реклама і маркетинг у глобальній мережі.	2
8	Практична робота № 8. Криптографічні засоби шифрування інформації.	2
9	Практична робота № 9. Технологія роботи Інтернет-магазину.	2
10	Практична робота №10. Створення Інтернет-магазину.	2
11	Практична робота № 11. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони.	2
12	Практична робота № 12. Електронні системи розрахунку за товари і послуги.	2
13	Практична робота № 13. Маркетинг в Internet.	2
14	Практична робота № 14. Банерна реклама в Internet.	2
15	Практична робота № 15. Оцінювання ефективності електронної комерції.	2
	Разом	30

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми та перелік питань	Кількість годин
<i>весняний семестр</i>		
1	<p>Тема 1. Електронна комерція.</p> <p>1. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасній електронній комерції. Правові внутрішньо-державні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції.</p> <p>2. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронної комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка). Сфери використання електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції</p>	6
2	<p>Тема 2. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності.</p> <p>Визначення електронної комерції, характеристика та аналіз. Аналіз та характеристика бізнес-операцій та операцій, в яких використовується електронна комерція. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасній електронній комерції. Правові внутрішньо-державні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронної комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка). Сфери використання електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції.</p>	6
3	<p>Тема 3: Рух грошей в мережі.</p> <p>Пластикова картка як платіжний інструмент. Держателі карток. Точки обслуговування. Банк-емітент як гарант виконання платіжних зобов'язань при проведенні розрахунків. Банк-еквайер. Авторизація як процедура посвідчення</p>	6

	повноважень і підтвердження платоспроможності при здійсненні операції. Характеристика та аналіз комунікаційних технологій: електронної пошти, факс, технології електронного обміну даними і електронних платежів. Віртуальний інкасатор. Управління банківськими рахунками через Internet. Брокерські послуги в Internet їх характеристика та аналіз. Технології платежа при електронній комерції. Послуги Internet-брокеридж, характеристика, класифікація та аналіз. Internet-брокеридж з використанням спеціального програмного забезпечення. Аналіз та характеристика систем торгівлі цінними паперами.	
4	Тема 4. Безпека інформації при електронній комерції. Безпека (захист від злому інформації та інших злочинних зазіхань). Методи захисту інформації (законодавчі - закони, нормативні акти, стандарти та ін.; адміністративні - дії загального характеру; процедурні - конкретні заходи безпеки, що мають справу з людьми; програмно-технічного (конкретні технічні заходи). Категорії захисту: конфіденційність (захист від несанкціонованого доступу), цілісність (актуальність і несуперечність інформації, її захищеність від руйнування і несанкціонованої зміни), доступність (можливість за прийнятний час отримати необхідну інформаційну послугу). 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. Захист цілісності даних і програм від шкідливого програмного забезпечення - комп'ютерних вірусів. Безпека в Internet. Атаки на Internet. Рекомендації по безпеці.	6
5	Тема 5. Комерція на споживчому ринку і між підприємствами. Споживчий ринок та Internet-ринок, їх кількісні та якісні показники і параметри. Сегментація та вибір цільових ринків. Особливості конкуренції на Internet-ринку. Стратегії компаній на Internet-ринку та способи їх реалізації. Internet та еволюція методів маркетингу. Основні тенденції розвитку методів маркетингу. Масовий маркетинг і індивідуальний маркетинг. Задачі маркетингу і демографія Internet. Аналіз методів на Internet-ринку. Нові ролі і маркетингові можливості. Відмінність маркетингу в Internet від традиційного маркетингу. Електронна пошта як інструмент маркетингу. Демографічний аналіз споживачів. Реклама в електронній комерції - планування ринкової діяльності, реклама та сприяння збуту, дослідження в рекламі, ефективність реклами. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків, характеристика та аналіз. Аукціони в Internet. Операції між фірмами. Ланцюжки додавання вартості. Еволюція бізнесу в Internet. Посередництво. Мережі співтовариств.	6
6	Тема 6: Електронний ринок. Електронний ринок – характеристика та аналіз. Віртуальні ринки. Кількісні і якісні характеристики Internet-ринку	6

	<p>Сегментація ринку. Стратегія діяльності на ринку та її типи. Позиціонування ринку. Конкуренція на ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Концепція: перехід від паперових форм інформації до електронних. Продавці і покупці. Послуги на електронному ринку. Платіжні системи в Internet. Організація сайту для прямого продажу. Моделі прямого продажу. Продукти і послуги для продажу в Internet. Зв'язок клієнтів з партнерами. Доставка товарів та маршрутизація. Переваги і проблеми електронної комерції. On-line продажу. Торгівля інформаційними продуктами і послугами. Торгівля традиційними товарами. Електронний ринок міжбанківських валютних бірж, характеристика та аналіз. Банківське обслуговування on-line. Створення та організація електронного магазину. Вимоги до технічного та програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню, настройці і управлінню Internet-магазином. Типова конфігурація Internet-магазину. Сайт, характеристика та аналіз. Створення сайту для корпоративних комунікацій. Обслуговування клієнтів і надання сервісу. Доступ до корпоративних баз даних. Web-вузел, характеристика та аналіз. Три рівні Web-послуг. Опис Web-вузла: консолідація інформації для ділового сектора. Спеціалізовані списки. Створення Web-вузла. Впровадження та розвиток Web-вузла. Використання баз даних. Аналіз: інформація - основа ринку, електронний супермаркет, типи купівельної активності, каталоги, ринкові моделі, три важливі послуги, довготривалі транзакції, концепція розвитку Nets Inc. Вибір платіжних ресурсів.</p>	
7	<p>Тема 7. Електронна підтримка споживачів. Програмне забезпечення для електронної комерції, класифікація та аналіз. Клієнтська база даних – характеристика та аналіз. Альтернативні торгові системи - характеристика та аналіз. Концепція: системи Web Response і PPI. Впровадження: програмний модуль і модуль безпеки, кодування потоку повідомлень, модуль Transaction Manager, модуль Commerce Engine, деякі зміни в Web Response. Опис Web-вузла: контакт з користувачем в інтерактивному режимі, Інтерфейс Web Response, Впровадження PPI. Аналіз: захист конфіденційної інформації Microsoft, пропозиції платних послуг, турбота про безпеку. Вбудована гнучкість. Технології підтримки електронної комерції.</p>	6
8	<p>Тема 8. Системи платежів для електронної комерції. Платіжна система в Internet та умови здійснення платежів. Кредитні Internet-системи. Дебетові Internet-системи. Найпоширеніші електронні платіжні системи. Правові аспекти бізнесу в Internet. Загальні засади. Реклама і маркетинг у глобальній мережі. Реклама в Internet. Маркетинг в Internet.</p>	8
9	<p>Тема 9. Віртуальне підприємство. Концепція: віртуальне координування, прототип</p>	8

	інформаційної системи, пілотний проект. Впровадження: операції в системі СІТІS, використання відкритих стандартів, надання послуг, контроль за доступом. Опис Web-вузла: контроль за доступом до загальних даних і додатків, пересилка даних виробнику, прискорений прийом заявок на підряд, контроль за реалізацією проектів, фінансові взаємовідносини. Аналіз: довіряйте посереднику доступ до інформації, Інші переваги СІТІS, Підвищення інтенсивності експлуатації системи.	
10	Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції. Розвиток разом з Internet. Розвиток стандартів. Гнучкість організаційної структури. Як підвищити ефективність. Використання електронної комерції. Експерименти в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Маркетинг. Правові питання.	8
11	Тема 11. Перспективи електронної комерції. Технології: Internet і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротранзакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в Internet, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.	8
	Разом	74

8. Методи навчання

1. Методи навчання за джерелом знань:

1.1. *Словесні*: розповідь, пояснення, лекція, інструктаж, робота з книгою (читання, конспектування, виготовлення таблиць, графіків).

1.2. *Наочні*: демонстрація, ілюстрація.

1.3. *Практичні*: лабораторний метод, практична робота.

2. Методи навчання за характером логіки пізнання.

2.1. *Аналітичний.*

2.2. *Методи синтезу.*

2.3. *Індуктивний метод.*

2.4. *Дедуктивний метод.*

3. Методи навчання за характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів.

3.1. *Проблемний* (чи проблемно-інформаційний)

3.2. *Частково-пошуковий (евристичний)*

3.3. *Дослідницький*

3.4. *Репродуктивний*

3.5. *Пояснювально-демонстративний*

4. **Активні методи навчання** - використання технічних засобів навчання, самооцінка знань, використання навчальних та контролюючих тестів, використання конспектів лекцій.

5. **Інтерактивні технології навчання** - використання мультимедійних технологій.

9. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС.
2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (проміжна атестація)
3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:
 - рівень знань, продемонстрований на практичних та лабораторних заняттях;
 - активність під час виконання завдання на занятті;
 - результати виконання та захисту лабораторних робіт;
 - експрес-контроль під час аудиторних занять;
 - самостійне опрацювання теми в цілому чи окремих питань;
 - оформлення рефератів, звітів;
 - результати тестування;
 - письмові завдання при проведенні контрольних робіт.

10. Розподіл балів, які отримують студенти 2-й семестр - іспит

Поточне тестування та самостійна робота											С Р С	Разом за	Атест ація	Су- ма
Модуль 1 – 35 балів					Модуль 2 – 35 балів									
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3			Змістовий модуль 4						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	15	85 (70 +15)	15	100
7	7	7	7	7	5	6	6	6	6	6				

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
69-74	D	задовільно	
60-68	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Методичне забезпечення

1. Електронна комерція. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=313>
2. В'юненко О.Б. Електронна комерція. Навчальний посібник / Суми, 2017 рік, 260 с.

12. Рекомендована література

Базова

1. Бойченко Н.В. Методичні розробки для практичних занять з дисципліни «Електронна комерція» Харківський державний університет харчування та торгівлі. Харків 2016. – 25 с.
2. Василичев Д. В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції / Д.В. Василичев. – Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2017. – Вип. 32. – С. 287-292.
3. Електронна комерція. Методичні вказівки та завдання до виконання контрольної роботи для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр” заочної форми навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». /Укладач: Соломаха І.В. – Чернігів: ЧНТУ, 2018 – 32 с.
4. Жувагіна І. О. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспективи сучасності / І.О. Жувагіна, Л.М. Філіпішина // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 359-362.
5. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан [та ін.]; за ред. П. Ю. Балабана ; Міністерство освіти і науки України; Вищий навчальний заклад Укооспілки Полтавський університет економіки і права; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків: Світ Книг, 2015. - 451 с.
6. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55.
7. Нелепова А.В. Електронна комерція. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» 3 курсу напряму підготовки 6.030502 «Економічна кібернетика» Миколаївський національний аграрний університет, 2017. – 81 с.
8. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу / І.І. Присакар // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 333-339.
9. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір. – 2015. – № 1. – С. 283- 291.
10. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с.
11. Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник для ВНЗ / О.І. Шалева. - Київ : Центр учбової літератури, 2016. - 215 с.

Допоміжна

1. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 № 852-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
2. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
3. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 31.05.2005 № 2594-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://zakon4.rada.gov.ua> .

4. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .

5. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.1998 № 74/98-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .

6. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 09.01.2007 № 537-V [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .

7. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 № 1280-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .

8. Проект Закону про електронну комерцію від 17.06.2013 № 2306а // Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=47409 .

13. Інформаційні ресурси

1. Електронная коммерция [Електронний ресурс] / Википедия. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%86%D0%B8%D1%8F - Загол. з екрану.
2. Центр електронної комерції e-Commerce.com.ua [Електронний ресурс] / e-Commerce. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/> - Загол. з екрану.
3. Ecommerce Times [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ecommercetimes.com/> - Загол. з екрану.
4. AIN.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua> .
5. Сайт української біржі [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ux.ua/ua>