

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
Кафедра економіки і бізнесу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент

_____ Лариса БОЛТЯНСЬКА

31 серпня 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронна комерція»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності **281 «Публічне управління та адміністрування»**

ОПП «Публічне управління та адміністрування»

(на основі ПСЗО)

факультет економіки та бізнесу

2022 – 2023 н. р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» за ОПІ «Публічне управління та адміністрування» (на основі ПСЗО) . – Запоріжжя, ТДАТУ. 2022 – 14 с.

Розробник: к.е.н., доцент Оксана Лисак

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри економіки і бізнесу

Протокол № 1 від «31» серпня 2022 року

Завідувач кафедри економіки і бізнесу

к.е.н., доцент _____ Лариса БОЛТЯНСЬКА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» за ОПІ «Публічне управління та адміністрування» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» » (на основі ПСЗО).

Протокол № 1 від 2 вересня 2021 року

Голова, доц. _____ Анна КОСТЯКОВА

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 5	Галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування» (шифр і назва)	вибіркова	
Загальна кількість годин – 150 годин	Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		2	4-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 3 год. самостійна робота студента – 9,5 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	12 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	24 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	114 год.
		Форма контролю:екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Електронна комерція» є оволодіння базовими знаннями і навиками в області електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

Завдання курсу - теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з наступних питань: предметна галузь електронної комерції; основи теорії електронної комерції; основні поняття електронної комерції; застосування електронної комерції, ринки електронної комерції; основні моделі бізнес-процесів електронної комерції та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернет; нові принципи та засоби проведення розрахунків: пластикові картки, цифрові гроші; типи електронних платежів і платіжних систем; проблеми безпеки та захисту інформації при електронній комерції; досвід компаній, які успішно використовують у своїй діяльності методи й засоби електронної комерції; основи бізнесу та маркетингу в сучасних інформаційних технологіях; практичні навички з бізнесу в сучасних системах інформаційних телекомунікацій.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен

знати:

- основні переваги ведення бізнесу за допомогою Internet;
- основні концепції побудови систем електронної комерції;
- характеристики електронної комерції;
- основні стратегії розвитку електронної комерції;
- основні моделі систем електронної комерції;
- основні інструменти ведення електронної комерції.

вміти:

- застосовувати інструментарій створення і використання систем електронної комерції;
- аналізувати нормативну і економіко-технічну інформацію в галузі електронної комерції;
- обґрунтовувати прогностичні оцінки; здійснювати закупівлі в Internet;
- використовувати принципи функціонування віртуальних крамниць, віртуальні підприємства і віртуальні продукти..

Вивчення дисципліни включає лекційні, практичні заняття та самостійну роботу студентів, що сприяє закріпленню необхідних теоретичних знань, засвоєння матеріалу і вироблення навиків наукового мислення та допомагає набуттю практичних навичок для подальшого засвоєння матеріалу.

3 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основні поняття та принципи ведення електронного бізнесу

Тема 1. Основи електронного бізнесу [1, 5, 7, 11, 13, 14, 15, 18, 19, 23, 25, 30]

Електронна комерція як навчальна дисципліна. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Різниця між електронним і традиційним бізнесом. Переваги електронного бізнесу. Причини переходу в кіберпростір. Операції електронної комерції. Види електронної комерції. Переваги та характерні риси електронної комерції. Розширення ринку. Нові послуги. Зниження витрат. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку. Місце електронного бізнесу в системі світового господарства. Історія розвитку електронної комерції.

Тема 2. Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу [8, 21, 25, 29, 45]

Історія Інтернету. Інтернет: мережі, завдання, учасники. Інтернет: юридичні проблеми. Міжнародний розмах. Електронний ринок. Швидко зростаючий звід норм. Протокол передачі файлу (РТР), доменні імена, посилання. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі. Комунікаційні характеристики Інтернету. Перспективи розвитку мережі.

Тема 3. Види електронного бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу [8, 21, 27, 32, 34, 37]

Електронна комерція. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Платіжні системи. Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні бюро. Електронні страхові послуги. Дистанційне навчання. Електронний маркетинг. Електронна реклама. Розробка ПЗ та цифрових товарів. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією. Моделі електронної комерції.

Тема 4. Системи електронної комерції у корпоративному секторі В2В [1, 6, 10, 12, 15, 18, 21, 31, 36, 43, 45]

Система ЕК типу В2В. Головні елементи системи електронної комерції В2В. Класифікація систем ЕК типу В2В. Моделі систем В2В. Електронний майданчик. Послуги електронних майданчиків. Інтернет-аукціон. Класифікація Інтернет-аукціонів. Огляд Internet-аукціонів. Internet площадки та їх види. Бізнес моделі та структура Internet площадок. Розвиток торгових Internet площадок.

Тема 5. Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Системи електронної комерції G2C та G2B [2, 4, 6, 8, 21, 22, 29]

Загальна робота системи B2C. Класифікація систем ЕК типу B2C. Електронний ряд. Інтернет-вітрина. Інтернет-магазин. Структура та процес створення Інтернет-магазину. Відмінні риси Інтернет-вітрини та Інтернет-магазину. Класифікація відвідувачів інтернет-магазинів. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти. Відкриття магазину. Обробка замовлення. Керування магазином. Забезпечення Internet магазину. Оплата і доставка товарів. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину. Якість обслуговування у Internet магазинах.

Тема 6. Електронні платіжні системи [2, 5, 8, 17, 19, 20, 29]

Поняття платіжної системи в Інтернеті. Дотримання конфіденційності. Збереження цілісності інформації. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація. Гарантії ризиків продавця. Мінімізація плати за транзакцію. Класифікація платіжних систем. Кредитні системи. Дебетові системи. Платіжні системи на основі смарт-карт. "Електронна готівка". Платіжні системи типу CyberPlat, Assist, Еліт-карт Instant, Web Money Transfer, PayCash, PayPal.

Змістовий модуль 2. Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу

Тема 7. Internet-трейдинг [1, 9, 10, 31, 34, 36, 40]

Принципи функціонування Інтернет-трейдингу. Дейтрейдинг. Ринок Forex. Типи рахунків при роботі на електронній біржі. Інструменти для роботи на ринку Forex.

Тема 8. Internet-маркетинг [1, 9, 10, 31, 34, 36, 40]

Особливості сучасного Internet-маркетингу. Сайтопромоутінг. Закони Інтернет-маркетингу. Методи Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Таргетинг. Пошукова реклама. Медіапланування. Формування цін на товарі і послуги в мережі Internet.

Тема 9. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація [3, 9, 10, 20, 29, 40, 41, 42, 44, 45]

Пошукова оптимізація. Критерії оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем. Зона видимості. Методи пошукової оптимізації. Індекс цитування. Спамдексинг.

Тема 10. Internet-реклама [3, 9, 10, 20, 29, 40, 41, 42, 44, 45]

Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті. Цінові моделі розміщення реклами. Оплата по кількості показів. Фіксована оплата. Оплата по кількості натискань мишею. Оплата по кількості відвідувачів. Оплата в

залежності від кінцевого результату. Порівняльний аналіз цінових моделей. Банерна реклама. Методи банерної реклами. Критерії вибору рекламних площадок. Реєстрація сайта в Web-каталогах і індексація сайта пошуковими системами. Реклама з використанням електронної пошти (opt-out і opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів. Розсилання індивідуальних листів Використання списків розсилання правил ефективного використання дискусійних аркушів. Спам.

Вірусний маркетинг. Реклама з використанням дощок оголошень. Розсилання новин сервера. Партнерські програми.

Тема 11. Ефективність електронної комерції [6, 8, 14, 21, 22, 28]

Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів. Основні напрямки оцінки ефективності електронної комерції. Економічні показники ефективності електронної комерції. Трансакційні витрати. Основні маркетингові показники. Структура загальних витрат Інтернет-проекту.

Тема 12. Електронні публічні закупівлі.

Види та процедури закупівель. Особливості процесу електронних закупівель. ProZorro – частина життєвого циклу закупівель. Архітектура ProZorro. Переваги використання електронної системи закупівель.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				
			годин				балів
			лк	лаб	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. «Основні поняття, принципи та організація ведення електронного бізнесу»							
1	Лекція 1	Основи електронного бізнесу. Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 1	Основи електронного бізнесу	-	-	2		2
	Самостійна робота 1	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	1
2	Практичне заняття 2	Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу	-		2		2
	Самостійна робота 2	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	1
3	Лекція 2	Види електронного бізнесу. Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	2				
	Практичне заняття 3	Види електронного бізнесу	-		2		2
	Самостійна робота 3	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	2
4	Практичне заняття 4	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	-		2		3
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-		-	8	2
5	Лекція 3	Системи електронної комерції B2C. Системи електронної комерції G2C та G2B. Електронні платіжні системи	2				
	Практичне заняття 5	Системи електронної комерції B2C. Системи електронної комерції G2C та G2B	-		2		3
	Самостійна робота 5	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	2
6	Практичне заняття 6	Електронні платіжні системи	-		2		3
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	2
7-8	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I				9	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I	-				10
Всього за змістовий модуль 1 – 80 год.			6	0	12	57	35
Змістовий модуль 2. «Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу»							
9	Лекція 4	Internet-трейдинг. Internet-маркетинг	2				
	Практичне заняття 7	Internet-трейдинг			2		2
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на НПП				8	2

10	Практичне заняття 8	Internet-маркетинг	-	-	2		3
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	1
11	Лекція 5	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація. Internet-реклама	2				
	Практичне заняття 9	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	-		2		3
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	1
12	Практичне заняття 10	Internet-реклама	-		2		3
	Самостійна робота 10	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	2
13	Лекція 6	Показники вимірювання ефективності в електронній торгівлі. Електронні публічні закупівлі	2		-		
	Практичне заняття 11	Показники вимірювання ефективності в електронній торгівлі	-		2		3
	Самостійна робота 11	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-		-	8	2
14	Практичне заняття 12	Електронні публічні закупівлі	-		2		2
	Самостійна робота 12	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			8	2
15-16	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				9	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II	-				10
<i>Всього за змістовний модуль 2 – 70 год.</i>			6	0	12	57	35
<i>Екзамен</i>							30
<i>Всього з навчальної дисципліни – 150 год.</i>			12	0	24	114	100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції.
2. Різниця між електронним і традиційним бізнесом.
3. Переваги електронного бізнесу.
4. Причини переходу в кіберпростір.
5. Види електронної комерції.
6. Переваги та характерні риси електронної комерції.
7. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві.
8. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку.
9. Місце електронного бізнесу в системі світового господарства.
10. Історія розвитку електронної комерції.
11. Історія Інтернету.
12. Інтернет: мережі, завдання, учасники.
13. Інтернет: юридичні проблеми.
14. Електронний ринок.
15. Протокол передачі файлу (FTP), доменні імена, посилання.
16. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі.
17. Комунікаційні характеристики Інтернету.
18. Перспективи розвитку мережі.
19. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.
20. Моделі електронної комерції.
21. Система ЕК типу В2В.
22. Головні елементи системи електронної комерції В2В.
23. Класифікація систем ЕК типу В2В.
24. Моделі систем В2В.
25. Електронний майданчик.
26. Послуги електронних майданчиків.
27. Інтернет-аукціон.
28. Класифікація Інтернет-аукціонів.
29. Огляд Internet-аукціони.
30. Internet площадки та їх види.
31. Бізнес моделі та структура Internet площадок.
32. Розвиток торгових Internet площадок.
33. Загальна робота системи В2С.
34. Класифікація систем ЕК типу В2С. Електронний ряд.
35. Інтернет-вітрина.

36. Інтернет-магазин.
37. Структура та процес створення Інтернет-магазину.
38. Відмінні риси Інтернет-вітрини та Інтернет-магазину.
39. Класифікація відвідувачів інтернет-магазинів.
40. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином.
41. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти.
42. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину.
43. Якість обслуговування у Internet магазинах.
44. Поняття платіжної системи в Інтернеті.
45. Дотримання конфіденційності. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація.
46. Класифікація платіжних систем.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Принципи функціонування Інтернет-трейдингу.
2. Дейтрейдинг.
3. Ринок Forex.
4. Типи рахунків при роботі на електронній біржі.
5. Інструменти для роботи на ринку Forex.
6. Особливості сучасного Internet-маркетингу.
7. Сайтопромоутінг.
8. Закони Інтернет-маркетингу.
9. Методи Інтернет-маркетингу.
10. Інтернет-реклама. Таргетинг.
11. Пошукова реклама.
12. Медіапланування.
13. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet.
14. Пошукова оптимізація.
15. Критерії оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем.
16. Зона видимості.
17. Методи пошукової оптимізації.
18. Індекс цитування.
19. Спамдексинг.
20. Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті.
21. Цінові моделі розміщення реклами.
22. Банерна реклама. Методи банерної реклами.
23. Критерії вибору рекламних площадок.
24. Реєстрація сайту в Web-каталогах і індексація сайту пошуковими

системами.

- 25.Реклама з використанням електронної пошти (opt-out і opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів.
- 26.Спам.
- 27.Вірусний маркетинг.
- 28.Реклама з використанням дошок оголошень.
- 29.Партнерські програми.
- 30.Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів.
- 31.Основні напрямки оцінки ефективності електронної комерції.
- 32.Економічні показники ефективності електронної комерції. Основні маркетингові показники.
- 33.Структура загальних витрат Інтернет-проекту.
- 34.Види та процедури закупівель.
- 35.Особливості процесу електронних закупівель.
- 36.ProZorro – частина життєвого циклу закупівель.
- 37.Архітектура ProZorro.
- 38.Переваги використання електронної системи закупівель.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете/ В. Алексунин, В. Родигина. — М.: Дашков и Ко, 2005. — 216 с.
2. Болтянська Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / Л.О. Болтянська, О.І. Лисак. — Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. — 668 с.
3. Болтянська Л.О., Лисак О.І. Практикум з економіки підприємства: електр. навч. посіб. — 2018. — 244 с.
4. Балан Р.О. Регулювання діяльності небанківських електронних платіжних систем в Україні //Фінансове право. - 2009.- № 1.-С. 38-42
5. Болтянська Л.О. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації //Л.О.Болтянська, В.М. Тебенко //Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої.- Мелітополь 2017. С. 20-27 (Index Copernicus)
6. Болтянська Л.О. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська / ADVANCES OF SCIENCE. Proceedings of articles of the international scientific conference Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 28 September 2018. — С. 1357-1366.
7. Борейко Н.М. Оподаткування електронної комерції: досвід іноземних країн // Вісник Академії митної служби України. Серія "Економіка". 2009 р. № 1(41).- Д.: Акад. митної служби України, 2009.- С.143-
8. Від ідеї до власної справи: Навч. посібник. /А.С. Коноваленко, Л.О. Болтянська, Д.М. Трачова та інш. - Мелітополь.: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017 – 278с.
9. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник / Грехов А. М. — К.: Кондор, 2008. — 302 с.
10. Електронна комерція : Навч. посібник / А.М.Берега, І.А.Козак, Ф. А. Левченко та ін. - К.: КНЕУ, 2002.- 326 с.
11. 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.
12. Інноваційні методи інтернет-торгівлі / О.І. Лисак, В.М. Тебенко// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». — 2020. — № 2 (39) . — С. 103-111.
13. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 184 с.
14. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник - К.: Знання, 2007, 535 с.

15. SCM-системи як засіб автоматизації управління постачанням / Лисак О.І. / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки). Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2022. No 1(45). с. 125-132.
16. Шалева О.І. Електронна комерція : Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216. с.

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Освітній портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет економіки і бізнесу.
4. Сайт кафедри економіки і бізнесу <http://www.tsatu.edu.ua/et/>
5. Internet.
6. Радник у сфері публічних закупівель <https://radnuk.com.ua/>