

Міністерство освіти і науки України  
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



## ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

### Методичні вказівки

до виконання контрольної роботи  
для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр”  
заочної форми навчання  
спеціальності  
076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

ЗАТВЕРДЖЕНО  
на засіданні кафедри  
товарознавства, підприємництва  
та торгівлі  
протокол № 5 від 26.01.2018

Чернігів ЧДТУ 2018

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.

Укладач: Соломаха Ірина Володимирівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри товарознавства, підприємництва та торгівлі

Відповідальний за видання: Дудла Іраїда Олександрівна, завідувач кафедри товарознавства, підприємництва та торгівлі ЧНТУ, доктор технічних наук, професор

Рецензент: Ільчук Валерій Петрович, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Чернігівського національного технологічного університету, доктор економічних наук, професор

## ВСТУП

Дисципліна “Електронна комерція” (шифр 1.5) входить до переліку обов’язкових дисциплін циклу професійної підготовки освітньо-професійної програми вищої освіти підготовки *магістрів* за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Метою навчальної дисципліни “*Електронна комерція*” є формування необхідного рівня теоретичних та практичних професійних знань з методів та засобів дослідження, організації та виконання ділових операцій і угод електронним засобом, а також з теорії та практики використання ІТ у бізнесі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати**:

1. джерело і походження електронної комерції;
2. розповсюдження та обсяг електронної комерції у світі;
3. моделі електронної комерції (B2C, B2B, C2C, G2C, G2B та інші);
4. різновиди та визначення електронних грошей;
5. різновиди та призначення електронних платіжних систем;
6. методи створення сайтів електронної комерції з урахуванням клієнтських вподобань та стильових напрямків;
7. методи залучення клієнтів підприємств електронної комерції;
8. методи просування комерційних сайтів у пошукових системах (SEO);
9. методи маркетингу у соціальних мас-медіа (SMM).

У результаті опанування навчальною дисципліною студенти **повинні вміти**:

1. аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію у галузі електронної комерції;
2. здійснювати закупівлі в Інтернеті з використанням різних платіжних систем;
3. використовувати міжнародні електронні платіжні системи;
4. використовувати системи Інтернет-банкінгу; використовувати захищені канали зв’язку та електронний цифровий підпис для проведення транзакцій;
5. проводити класифікацію та аналіз діяльності сайтів електронної комерції;
6. мати уяву як створювати сайти підприємств електронної комерції за допомогою систем управління контентом сайтів: «Amiro.CMS», «1С-Бітрікс: Управління сайтом» та SaaS платформ (хмарних систем) «Shopium», «Gollos» і «SellBe».

**Значення** дисципліни для реалізації вимог кваліфікаційної характеристики фахівця та вивчення наступних дисциплін полягає в тому, що дисципліна сприяє формуванню якісно нового світобачення глобального інформаційного суспільства, дає змогу більш ефективно й творчо займатися підприємницькою діяльністю. Технологія електронного бізнесу диктує зовсім інші темпи ділової активності, формує новий рівень ділової культури.

**Дисципліна вивчається після засвоєння дисциплін** Товарознавство, „Організація торгівлі”, „Маркетинг”, „Комерційна діяльність”, „Торгівельне підприємництво”, „Зовнішньоекономічна діяльність”, Реклама тощо.

# 1. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Вивчення дисципліни „Електронна комерція” передбачає для студентів заочної форми навчання прослуховування лекцій, виконання лабораторних робіт та контрольної роботи, самостійне опрацювання навчальної літератури та законодавчо-нормативних документів. Підсумковий контроль з дисципліни (семестровий контроль) проводиться після закінчення семестру у формі екзамену.

Навчально-тематичний план вивчення дисципліни „Електронна комерція” для студентів денної та заочної форми навчання наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Навчально-тематичний план вивчення дисципліни „Електронна комерція” для студентів денної та заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем		Кількість годин для денної/заочної форми навчання								
		Всього		У тому числі						
				Лекції		Лаборат. роботи		Самост. робота		
1	2	3	4	5	6	9	10	11	12	
<b>Змістовий модуль 1. Концептуальні поняття, бізнес-моделі та протоколи електронної комерції</b>										
1	Концептуальні поняття електронної комерції	10 / 1		2 / –		– / –		8 / 10		
2	Бізнес-моделі та ринки електронної комерції	15 / 1		2 / 2		2 / –		11 / 13		
3	Інформаційні технології електронної комерції	15 / –		2 / –		2 / –		11 / 15		
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>		<b>40 / 2</b>		<b>6 / 2</b>		<b>4 / –</b>		<b>30 / 36</b>		
<b>Змістовий модуль 2. Організація і технологія електронної торгівлі</b>										
4	Проведення розрахунків у платіжних системах	15 / –		4 / –		2 / –		9 / 15		
5	Маркетинг в електронній комерції	25 / 2		2 / 2		4 / –		19 / 21		
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>		<b>40 / 2</b>		<b>6 / 2</b>		<b>6 / –</b>		<b>28 / 36</b>		
<b>Змістовий модуль 3. Правові основи та захист інформації електронної торгівлі</b>										
6	Методи захисту інформації в електронній комерції	20 / –		2 / –		2 / –		16 / 20		
7	Правові основи організації електронної комерції	20 / –		2 / –		2 / –		16 / 20		
<b>Разом за змістовим модулем 3</b>		<b>40 / –</b>		<b>4 / –</b>		<b>4 / –</b>		<b>32 / 40</b>		
<b>Усього годин за дисципліну</b>		<b>120 / 4</b>		<b>16 / –4</b>		<b>14 / –</b>		<b>90 / 112</b>		

## **2. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Змістовий модуль 1. Концептуальні поняття, бізнес-моделі та протоколи електронної комерції**

#### **Тема 1. Концептуальні поняття електронної комерції**

Предмет, завдання і структура курсу. Рекомендована література.

Об'єктивні та суб'єктивні передумови появи електронної комерції. Предмет дослідження електронної комерції. Основні визначення електронної комерції. Аналіз та характеристика бізнес-процесів та операцій, в яких використовується електронна комерція. Типи та рівні електронної комерції. Різновиди послуг. Ринок електронної комерції.

Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Можливості та сфери використання електронної комерції. Джерела надходжень від електронної комерції. Переваги та недоліки електронної комерції. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні.

#### **Тема 2. Бізнес-моделі та ринки електронної комерції**

Структура впливу та макrorівні електронної комерції. Ієрархічна структур: електронної комерції та її мета-рівні. Технологічна інфраструктура.

Інтеграція електронних платежів у процес покупки. Створення електронного споживчого ринку. Фази ділових операцій в електронній комерції. Основні завдання електронного ринку товарів та послуг.

Обмін даними в електронній комерції. Стандарти і протоколи зв'язку.

Бізнес-моделі електронної комерції. Аналіз бізнес-процесів. Порівнянні відносин між двома основними моделями B2B та B2C. Типові комерційні сценарії. Бізнес-моделі для різних типів електронної комерції. Ринок B2B або електронний обмін. Систематизація ринків B2B. Вертикальні та горизонтальні ринки.

#### **Тема 3. Інформаційні технології електронної комерції**

Стан досягнень у технологіях електронної комерції. Нові технології e-бізнесу. Фундаментальні відкриті Інтернет-протоколи. Об'єктно-орієнтовні допоміжні сервіси. Системи із розподіленими компонентами. Допоміжні системи передачі повідомлень. Інтелектуальні мобільні агенти. Системи управління потоками робіт. Інтеграційні технології Web. Мобільна електронна комерція.

### **Змістовий модуль 2. Організація і технологія електронної торгівлі**

#### **Тема 4. Проведення розрахунків у платіжних системах**

Базові поняття. Пластикова картка як платіжний інструмент. Забезпечення функціонування карток. Емітенти та еквайери. Платіжна система. Технологія безготівкових розрахунків на підставі пластикових карток. Отримання карток і лімітів користувача. Цикл операцій при обслуговуванні картки. Проведення операцій. Дебетові системи.

Компоненти платіжних технологій. Віртуальні магазини. Цифровий підпис. Цифрові сертифікати.

Системи і стандарти електронних розрахунків. Обов'язкові процедури при здійсненні платежів. Сертифікація. Реєстрація розпорядника картки. Реєстрація торговельної організації. Запит щодо купівлі. Авторизація платежу. Передача даних стосовно платежів. Досвід застосування електронних платіжних систем в Україні і за кордоном, їх переваги та недоліки. Системи НСМЕП та WebMoney.

### **Тема 5. Маркетинг в електронній комерції**

Значення маркетингу в електронній комерції. Проведення маркетингових досліджень. Формування банку даних товарів та послуг, потенційних та реальних клієнтів, цін на товари та послуги. Аналіз та оцінка роботи підрозділів компаній з партнерами та клієнтами. Планування, реалізація та аналіз комунікаційних заходів.

Пошук інформації. Пошукові системи. Інтерактивні каталоги. Мова пошукових машин. Пошук клієнтів, замовників і партнерів за допомогою електронної пошти. Спам і боротьба з ним. Маркетинг за допомогою електронної пошти. Сучасні технології здійснення розсилки.

Web-сайт як комунікаційний засіб. Імена й адреси в Інтернеті. Хостинг. Комерційний Web-сайт. Логічна структура і візуал Web-сайту. Методи просування в Інтернеті. Реєстрація в пошукових системах. Стандарт виключення для пошукових систем. Використання рейтингів. Використання безкоштовних дощок об'яв. Обмін досиланнями.

Банерна реклама. Стандартні, текстові та інтерактивні банери. Ефективність банера. Планування рекламної компанії в Інтернеті. Показники та критерії ефективності іміджевої реклами в Інтернеті.

### **Змістовий модуль 3. Правові основи та захист інформації електронної торгівлі**

#### **Тема 6. Методи захисту інформації в електронній комерції**

Елементи криптології. Криптосистеми з таємними ключами. Криптосистеми з відкритими ключами. Криптографічні протоколи. Основні поняття криптографії. Встановлення справжності. Встановлення повноважень. Традиційні методи перетворення секретної інформації. Методи автентифікації інформації.

Безпека комп'ютерних систем. Захист комп'ютерних систем обробки інформації. Моделі та механізми реалізації політики безпеки. Безпека комп'ютерних мереж.

Захист електронних платежів. Захист інформації в банківських системах. Безпека систем обміну електронними даними. Персональні платежі та їх захист.

#### **Тема 7. Правові основи організації електронної комерції**

Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій та електронного бізнесу.

Об'єкти інтелектуальної власності, їх типи та характеристики. Юридична сила договірної та розрахункової документації в електронній формі. Українські законодавчі акти, що регулюють відносини щодо захисту інформації. Правова відповідальність суб'єктів електронної комерційної діяльності.

### 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Варіант контрольної роботи студент обирає за першою літерою свого прізвища та останньою цифрою залікової книжки (таблиця 3.1). Наприклад, Симоненко, остання цифра залікової книжки якого – 2, виконує варіант 13.

Під час оформлення контрольної роботи слід дотримуватися вимог стандарту ДСТУ 3008:2015 "Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення", який установлює загальні вимоги до структурних елементів і правил оформлювання звітів у сфері науки й техніки.

В контрольній роботі необхідно дати вичерпну відповідь на три запитання і розв'язати практичну ситуацію або задачу. В кінці роботи слід навести перелік використаних літературних джерел і законодавчо-нормативних документів згідно встановлених стандартів оформлення бібліографічного опису літературних джерел.

Нумерація сторінок виконується шляхом проставлення номерів сторінок унизу середньої частини сторінки. На обкладинці контрольної роботи номер сторінки не проставляється. Таким чином, першою нумерованою сторінкою є друга (*Зміст / варіант контрольної роботи*).

З метою забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, при виконанні роботи обов'язково проставляти посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей. Посилання на джерела інформації робляться цифрами в квадратних дужках. Номера джерел повинні відповідати пунктам бібліографічного списку в розділі «Перелік використаних літературних джерел»

В кінці роботи слід навести перелік використаних літературних джерел і законодавчо-нормативних документів згідно встановлених стандартів оформлення бібліографічного опису літературних джерел.

Таблиця 3.1– Варіанти контрольної роботи

Перша літера прізвища	Остання цифра залікової книжки, варіант									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
А,Б,В,Г,Д,Е,Є,Ж,З,І	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21
Й,К,Л,М,Н,О,П,Р,С,Т	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
У,Ф,Х,Ц,Ч,Ш,Щ,Ю,Я	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

## 4. ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

### Варіант 1

1. Поняття та характеристика електронної комерції.
2. Електронні торгові ряди, їх характеристика.
3. Пересилка комерційної інформації в Internet.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж ювелірних виробів з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

### Варіант 2

1. Поняття Інтернет – маркетингу.
2. Характеристика бізнес-моделей електронної комерції.
3. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація
4. *Практична ситуація:*



Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж телевізорів з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайту, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файла (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

### **Варіант 3**

1. Аналіз ринку електронної комерції.
2. Форми Інтернет торгівлі, їх характеристика.
3. Сутність та зміст електронних платежів
4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження виробників взуття (чоловічого, жіночого) в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Розробити матриці маркетингових досліджень, де проаналізувати:

- асортимент, матеріал виготовлення, відпускні ціни, скидки;
- способи упакування, кількість пар в зовнішній упаковці, умови постачання;
- умови оплати, гарантійні обов'язки тощо.

#### Варіант 4

1. Історія електронної комерції.
2. Організація торгівлі через віртуальний магазин.
3. Види банківських карт в Україні.

#### 4. Практична ситуація:

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж мобільних телефонів з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики).

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

#### Варіант 5

1. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерції.
2. Етика електронної торгівлі.

3. Порядок розрахунків за товари та послуги за допомогою банківських карт.

4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж посадочного матеріалу та послуг ландшафтного дизайну з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## **Варіант 6**

1. Типи і категорії електронної комерції.
2. Поняття та функції інтернет-магазину.
3. Платіжні системи на основі платіжних карток.
4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження ринку взуття (чоловічого, жіночого та дитячого) в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Проаналізувати об'єми ринку взуття, виробництва взуття в Україні, експорту та імпорту; структуру асортименту тощо.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного розвитку такого виду діяльності.

## Варіант 7

1. Сфери поширення та рівні електронної комерції.
2. Технологія придбання товарів в інтернет-магазині.
3. Порядок розрахунків з використанням електронних чеків.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж парфумерних товарів з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики).

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## Варіант 8

1. Можливості електронної комерції.
2. Основні етапи розробки інтернет-магазину.
3. Платіжні системи на основі електронних чеків.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж корпусних меблів з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## Варіант 9

1. Правові аспекти електронної комерції.
2. Якість обслуговування в інтернет-магазині.
3. Порядок розрахунків з використанням цифрових грошей та електронних грошей

#### 4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження виробників лакофарбових матеріалів в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувані та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Розробити матриці маркетингових досліджень, де проаналізувати:

- асортимент, кольорова гама, відпускні ціни, скидки;
- способи упакування, кількість одиниць в зовнішній упаковці, умови постачання;
- умови оплати, тощо.

### **Варіант 10**

1. Пересилка комерційної інформації в Internet.
2. Ціноутворення в Інтернет-економіці.
3. Платіжні системи на основі електронних грошей.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж зрізаних квітів з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувані свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

### Варіант 11

1. Проблеми розвитку електронної комерції, які вимагають законодавчого вирішення
2. Поняття Інтернет-аукціонів, їх характеристика.
3. Системи Інтернет-банкінгу.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж лакофарбових матеріалів з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## Варіант 12

1. Аналіз та характеристика бізнес-процесів та операцій, в яких використовується електронна комерція.
2. Програмне забезпечення для електронної комерції: класифікація та аналіз.
3. Системи управління інвестиціями через Internet.
4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження ринку квітів (зрізані, горщиківі, послуги фітодизайну, ландшафтного дизайну тощо) в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Проаналізувати об'єми ринку квітів, виробництва квітів в Україні, експорту та імпорту; структуру асортименту тощо.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного розвитку такого виду діяльності.

## Варіант 13

1. Обмін даними в електронній торгівлі. Стандарти і протоколи зв'язку.
2. Клієнтська база даних: характеристика та аналіз.
3. Інтернет-страхування.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж дитячого взуття з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.



Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## Варіант 14

1. Особливості українського сегмента Internet (Uanet)
2. Альтернативні торгові системи: характеристика та аналіз.
3. Проблеми безпеки та захисту інформації в електронній комерції.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж тканин з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файла (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

## Варіант 15

1. Значення маркетингу в електронній комерції.
2. Методика оцінки ефективності розробки електронного магазину.
3. Заходи забезпечення безпеки інформації в електронній комерції.
4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження виробників м'яких меблів в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Розробити матриці маркетингових досліджень, де проаналізувати:

- асортимент, кольорова гама, розміри, відпускні ціни, скидки;
- способи упакування, умови постачання;
- умови оплати, тощо.

## Варіант 16

1. Пошукові системи та інтерактивні каталоги в Інтернет.
2. Показники оцінки ефективності роботи електронного магазину.
3. Основні складові безпеки систем електронної комерції.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж м'яких меблів з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження веб-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд веб-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики).

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

### **Варіант 17**

1. Пошук клієнтів, замовників і партнерів за допомогою електронної пошти.
2. Інтернет-вітрини, їх характеристика.
3. Засоби захисту інформації.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж ноутбуків з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

### **Варіант 18**

1. Спам і боротьба с ним.
2. Види доставки товарів Інтернет-магазинами.

3. Основні поняття криптографії. Встановлення справжності та повноважень

4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження ринку лакофарбових матеріалів в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Проаналізувати об'єми ринку ЛФМ, виробництва ЛФМ в Україні, експорту та імпорту; структуру асортименту, в тому числі прогресивні ЛФМ, тощо.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного розвитку такого виду ринку.

### **Варіант 19**

1. Маркетинг за допомогою електронної пошти. Організація поштового розсилання.

2. Управління Інтернет-магазином.

3. Види електронних систем взаєморозрахунків, їх характеристика.

4. *Практична ситуація:*

За допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет знайти інформацію щодо законодавчої та нормативної бази електронної торгівлі. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем (адреси web-сайтів). Сформувати перелік законодавчих документів електронної торгівлі.

### **Варіант 20**

1. Web-сайт як маркетинговий засіб.

2. Надання податкової звітності через Інтернет.

3. Захист електронних платежів

4. *Практична ситуація:*

За допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет знайти дані про адреси сайтів, по яких можна одержати інформацію про аналіз аудиторії Всесвітньої мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем (адреси web-сайтів).

Відвідати відповідні ресурси Інтернету, що надають відвідувачам докладну статистику по мережній аудиторії і знайти дані за 2000-2007 роки. Вивчити інформацію, про кількісний і якісний склад російської, української і закордонної аудиторії, що постійно користується Інтернетом.

Дані записати на дискету і роздрукувати.

## Варіант 21

1. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку.
2. Основні етапи створення системи Інтернет-торгівлі.
3. Захист інформації у банківських системах.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж пілососів з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження веб-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких веб-документа.

Дослідити отриманий веб-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд веб-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по веб-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики).

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти веб-сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності

## Варіант 22

1. Принципи маркетингу Інтернет.
2. Технологія придбання товарів в Інтернет-магазині.
3. Персональні платежі та їх захист
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж косметичних товарів з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

### **Варіант 23**

1. Перспективи розвитку електронної комерції.
2. Основні процеси електронної торгівлі в секторі B2B.
3. Обов'язкові процедури при здійсненні платежів в електронній торгівлі.
4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження виробників натурального меду в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Розробити матриці маркетингових досліджень, де проаналізувати:

- асортимент, відпускні ціни, скидки;
- способи упакування, умови постачання;
- умови оплати, тощо.

## Варіант 24

1. Показники оцінки ефективності роботи електронного магазину.
2. Система управління закупівлями (e-procurement)
3. Приклади реальних систем електронної комерції. Система НСМЭП. Системи CyberPlat та WebMoney.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж спортивного одягу з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження веб-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд веб-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики).

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## Варіант 25

1. Поняття та переваги електронної торгівлі
2. Система повного циклу супроводження постачальників (SCM-система).
3. Реклама в Internet.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: надання послуг по розробці або продажу готового електронного магазину з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайту, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики

## Варіант 26

1. Характеристика змін в економіці , викликаних появою електронної комерції.
2. Система управління продажами (e-distribution).
3. Банерна та оффлайнова реклама.
4. *Практична ситуація:*

Провести маркетингові дослідження оптових продавців насіння квіткових рослин в Україні за допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем.

Розробити матриці маркетингових досліджень, де проаналізувати:

- асортимент, відпускні ціни, скидки;
- способи упакування, умови постачання;
- умови оплати, тощо.



## Варіант 27

1. Аналіз переваг використання електронної комерції.
2. Система повного циклу супроводження споживачів (SRM-система).
3. Аналіз ефективності інтернет-реклами.
4. *Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: роздрібний продаж книг з точки зору потенційного клієнта.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі привабливості дизайну, що враховує естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення, графіку як для віртуального магазину в цілому, так і для кожного сайту окремо;
- у ракурсі специфічності віртуального інтерфейсу, що враховує доступність при поданні та зручність при розміщенні інформації;
- у ракурсі сервісу, допомоги у навігації по web-документу, тобто наявність спливаючих підказок, пошуковиків, довідникового матеріалу.

Проаналізувати подання інформації про особливості того чи іншого товару або послуг, їх переваги стосовно інших товарів, які пропонуються на віртуальному ринку.

Дослідити якість та різноманітність асортименту пропонованої продукції або послуг. (Порівняльну характеристику зробити у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики).

Вибрати необхідні товари або послуги та сформувати свій споживацький кошик.

Зберегти web- сторінки обраних компаній на жорсткому диску у власній папці та роздрукувати їх як додатки до контрольної роботи.

Зробити загальні висновки, а також визначити переваги та недоліки в організації ефективного функціонування такого виду діяльності.

## Варіант 28

1. Аналіз структури ринку електронної комерції.
2. Поняття та функції Інтернет-магазину.
3. Актуальність закону “Про електронний цифровий підпис”.

*Практична ситуація:*

Провести аналіз бізнес-моделі в галузі бізнесу: продаж холодильників з точки зору менеджера конкурентної фірми.

Завантажити одну з відомих пошукових систем для знаходження web-сайтів компанії або підприємств, що реалізують свій бізнес у обраній сфері. Було б доцільно знайти не менше ніж три таких web-документа.

Дослідити отриманий web-матеріал:

- у ракурсі особливості віртуального інтерфейсу, що враховує: естетичний вигляд web-сторінки, якість зображення та графіки; доступність при поданні та розміщенні інформації;
- у ракурсі наявності засобів для забезпечення заохочення наступного відвідування такого віртуального підприємства електронної комерції та проведення відповідних трансакцій;
- у ракурсі присутності засобів персоналізації процесу відвідування web-сайта, тобто реєстрації повторних відвідувань з формуванням персонального файлу (profile).

Проаналізувати :

- торговельну марку фірми (бренд компанії), товарний знак, маркування товару тощо;
- подання інформації про особливості запропонованого товару та послуг;
- якість та різноманітність асортименту товару та послуг;
- методи проведення електронних розрахунків та способи доставки товарів покупцям.

Зробити порівняльну характеристику у вигляді таблиці, де назвами рядків буде найменування компаній, а назвами стовпців – вказані характеристики.

## Варіант 29

1. Показники оцінки ефективності роботи електронного магазину.
2. Технологія придбання товарів в Інтернет-магазині.
3. Організація і розвиток мобільної торгівлі.
4. *Практична ситуація:*

За допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет знайти дані про адреси сайтів, по яких можна одержати інформацію про аналіз аудиторії Всесвітньої мережі Інтернет. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем (адреси web-сайтів).

Відвідати відповідні ресурси Інтернету, що надають відвідувачам докладну статистику по мережній аудиторії і знайти дані за 2000-2007 роки. Вивчити інформацію, про кількісний і якісний склад російської, української і закордонної аудиторії, що постійно користується Інтернетом.

Дані записати на дискету і роздрукувати.

## Варіант 30

1. Поняття та переваги електронної торгівлі
2. Способи доставки товарів Інтернет-магазинами.
3. Перспективи розвитку ринку мобільної торгівлі.
4. *Практична ситуація:*

За допомогою відомих пошукових систем в мережі Інтернет знайти інформацію щодо законодавчої та нормативної бази електронної торгівлі. Сформувати та роздрукувати звіти пошуків різних пошукових систем (адреси web-сайтів). Сформувати перелік законодавчих документів електронної торгівлі.

## 5. ПЕРЕЛІК ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Розвиток електронної комерції в Україні та світі.
2. Аналіз та характеристика бізнес-процесів та операцій, в яких використовується електронна комерція
3. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Системи оплати за послуги Internet
4. Найпоширеніші послуги Internet. Система телеконференцій в Internet. FTP – послуга. WWW – послуга
5. Обмін даними в електронній торгівлі. Стандарти і протоколи зв'язку
6. Особливості українського сегмента Internet (Uanet)
7. Значення маркетингу в електронній комерції
8. Пошукові системи та інтерактивні каталоги
9. Пошук клієнтів, замовників і партнерів за допомогою електронної пошти.
10. Маркетинг за допомогою електронної пошти. Організація поштового розсилання. Спам і боротьба с ним
11. Web-сайт як маркетинговий засіб. Поняття та переваги електронної торгівлі
12. Бізнес-моделі та форми електронної комерції.
13. Етика електронної торгівлі
14. Поняття та функції інтернет-магазину. Технологія придбання товарів в інтернет-магазині. Електронні моли
15. Основні етапи розробки інтернет-магазину
16. Якість обслуговування в інтернет-магазині
17. Ціноутворення в Інтернет-економіці
18. Інтернет-аукціони.
19. Проблеми безпеки та захисту інформації в електронній торгівлі. Безпека комп'ютерних мереж
20. Основні поняття криптографії. Встановлення справжності та повноважень. Методи автентифікації інформації

- 21.Захист електронних платежів. Захист інформації у банківських системах. Персональні платежі та їх захист
- 22.Методика та показники оцінки ефективності розробки електронного магазину
- 23.Сутність та зміст електронних платежів
- 24.Види банківських карт в Україні. Порядок розрахунків за товари та послуги за допомогою банківських карт
- 25.Порядок розрахунків з використанням електронних чеків
- 26.Порядок розрахунків з використанням цифрових грошей та електронних грошей
- 27.Обов'язкові процедури при здійсненні платежів. Приклади реальних систем електронної комерції. Система НСМЭП. Системи CyberPlat та WebMoney
- 28.Реклама в Internet. Банерна та оффлайнова реклама. Аналіз ефективності інтернет-реклами
- 29.Державне регулювання електронної комерції. Проблеми розвитку електронної комерції, які вимагають законодавчого вирішення
- 30.Організація і розвиток мобільної торгівлі. IP-телефонія. Перспективи розвитку ринку мобільної торгівлі.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### *Навчальна література*

1. Ананьєв О.М. Інформаційні системи та технології в комерційній діяльності : Підручник / О.М.Ананьєв, В.М.Білик, Я.А.Гончарук. – Львів: Новий Світ-2000, 2006. – 583 с. – (Вища освіта в Україні).
2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336с.: ил. – (Серия «Учебники для вузов»)
3. Греков А.М. Электронный бизнес (Е-комерция): Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 302 с.
4. Електронна комерція: Навч.-метод. посібник для самот. вивч. дисц. / А.М.Берега, І.А.Козак. – К.: КНЕУ, 2004. – 104с.
5. Макарова М.В. Електронна комерція: Посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Видавничий центр "Академія", 2002. - 272 с.
6. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція: Підручник / За ред. А.А. Мазаракі. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 443 с.
7. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2002. – 320с.: ил. – (Серия «Учебники для вузов»)
8. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник / Царьов Р.Ю. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dut.edu.ua/uploads/1\\_467\\_77066770.pdf](http://dut.edu.ua/uploads/1_467_77066770.pdf)
9. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003. – 480с
- 10.Шалева О.І. Електронна комерція. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/14100821/informatika/elektronna\\_komertsiya](http://pidruchniki.com/14100821/informatika/elektronna_komertsiya)

### *Допоміжна література*

- 11.Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник/Под общ. ред. И.Т. Турбина. М.: Финансы и статистика, 2000.
- 12.Апопій В. Інтернет - торгівля: проблеми і перспективи розвитку в Україні / В. О. Апопій // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 25-32.
- 13.Афронина С.В. Электронные деньги. – СПб.: Издательство «Питер», 2001.
- 14.Бабенко и др. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности/ Бабенко Л.К., Быков В.А., Макаревич О.Б., Спиридонов О.Б. – М.: Радио и связь, 2001. – 376с.: ил.
- 15.Балабанов И.Т. Интерактивный бизнес. – СПб.: Издательство «Питер», 2001.
- 16.Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Издательство «Питер», 2001.
- 17.Банки и банковское дело/ Под ред. И.Т. Балабанова. – СПб.: Издательство «Питер», 2001.
- 18.Горностаев Ю.М. Перспективные рынки мобильной связи. Серия изданий «Связь и бизнес». – М.: МЦНТИ, ООО Мобильные коммуникации», 2000.

19. Закарян И., Филатов И. Интернет как инструмент для финансовых инвестиций. – СПб.: БХВ Санк-Петербург, 2000.
20. Закон Украины «Про електронну комерцію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
21. Закон Украины “Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80/94-вр>
22. Закон Украины «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>
23. Задірака В.К., Олексюк О.С. Методи захисту фінансової інформації; Навч. посіб. - Тернопіль: Збруч, 2000. - 460 с.
24. Информационные системы в экономике: Учебник/ Под ред. В.В.Дика. – 2-е изд., переработ. И доп. – М.: Финансы и торговля, 2000.
25. Имери Винс. Как сделать бизнес в Internet: Пер. с англ. - 3-е изд. - К.; М.; СПб: Диалектика, 1998. - 464 с.
- 26.9. Интернет-коммерция на практике // Сб. материалов Международного научно-практического семинара (13-16 марта 2001 г., Киев) / Под ред. В.И. Щелкунова. Г.И. Тищенко. - К.: Наук, думка, 2001.-120 с.
- 27.10. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ. - М.: Изд.-торг. дом "Рус. Ред.".1999.-288 с.
28. Когаловский М. Перспективные технологии информационных систем. - М. ДМК Пресе: Компания АйТи, 2003. - 288 с. ~ (Серия "ИТ - Экономика").
29. Крупник А. Как продать товар и получить деньги в Internet. - М.; "МикроАрт". 2000.-240 с.
30. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности: / Л.К. Бабенко, В.А. Быков, О.Б. Макаревич, О.Б. Спиридонов. - М.: Радио у. связь, 2001.-376 с.
31. Попов В.М. и др. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации/ Попов В.М., Маршавин Р.А., Ляпунов С.И.; Под ред. Попова В.М. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 272с.: ил.
32. Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. - М.: Открытые системы, 2000. - 224 с.
33. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. - СПб.: Питер, 2001. - 432 с. -(Серия "Электронная коммерция").
34. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. - СПб.: Питер, 2001. - 208с. (Серия "Электронная коммерция").
35. Makoto Yokoo, Takayuki Ito, Minjie Zhang, Juhnyoung Lee, Tokuro Matsuo. Electronic Commerce: Theory and Practice, 2008. – 170 p. –[Internet resource]. – Access Mode: [http://goraknig.org/biznes/?kniga=MjEyNDkxOQ\\_\\_](http://goraknig.org/biznes/?kniga=MjEyNDkxOQ__)
36. Lorna E. Gillies. Electronic commerce and international private law: A study of electronic consumer contracts, Ashgate Publishing 2008. – 261 p. – [Internet resource]. – Access Mode: <http://goraknig.org/biznes/?kniga=MTUwMTU1Nw>

37. Gary Schneider. Electronic Commerce. – Course Technology, 2010. – 656 p. – [Internet resource]. – Access Mode: [http://goraknig.org/biznes/?kniga=MTQ2NTA3MA\\_\\_](http://goraknig.org/biznes/?kniga=MTQ2NTA3MA__)
38. Ronald J. Mann. Electronic Commerce, 2004. – 183 p. – [Internet resource]. – Access Mode: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/2519933/>

### **Інформаційні ресурси**

1. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ludal2017.blogspot.com/p/blog-page\\_95.html](http://ludal2017.blogspot.com/p/blog-page_95.html)
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/Pl\\_svst/index.htm](http://www.bank.gov.ua/Pl_svst/index.htm) - сервер Національного банку України. де подано інформацію про платіжні системи України.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/V\\_zakon/index.htm](http://www.bank.gov.ua/V_zakon/index.htm) – сервер Національного банку України. де подано інформацію про банківське законодавство та нормативні документи.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/Pl\\_svst/New\\_ns/NSMER.htm](http://www.bank.gov.ua/Pl_svst/New_ns/NSMER.htm) - Національна Система Масових Електронних Платежів.
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://weasel.rainbow.gov.ua/gov\\_in\\_net.htm](http://weasel.rainbow.gov.ua/gov_in_net.htm) - інформація про органи державне: влади України в мережі Інтернет.
6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua/zakl/htm> - сервер Верховної Ради, де розміщено закони: України та міжнародні угоди.
7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/> - міністерство економіки України.
8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://e-commerce.com.ua/> - всеукраїнський центр електронної комерції: новини, поради експертів, публікації, юридичні питання електронного бізнесу.
9. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.webmonev.com.ua/> - он-лайн система електронних платежів, характеристика системи, безпека, типи платежів.
10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paucash.kiev.ua/> - система електронних платежів, зокрема за мобільні послуги, кабельне та супутникове телебачення. Правові засади, безпека системи.
11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.allmoney.com.ua/> - платіжні системи Інтернет, інформація про електронні гроші, цифрові послуги, законодавча база.
12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-gold.com/> - платіжна система для міжнародних переказів

## **З М І С Т**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>1 НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН.....</b>	<b>4</b>
<b>2 ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ.....</b>	<b>5</b>
<b>3 ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>7</b>
<b>4 ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>8</b>
<b>5 ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ.....</b>	<b>29</b>
<b>РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....</b>	<b>29</b>