

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра економічної кібернетики та прикладної економіки

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної  
роботи

А.В. Пантелеймонов



20 19 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Е-комерція

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти Другий (магістерський) рівень вищої освіти  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
(шифр і назва)  
спеціальності 073 Менеджмент  
(шифр і назва)  
освітні програми Менеджмент організацій, Бізнес-менеджмент  
(шифр і назва)  
спеціалізації \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)  
вид дисципліни вибіркова  
(обов'язкова / за вибором)  
факультет Економічний

2019 / 2020 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою економічного факультету


« 20 » червня 2019 року, протокол № 6

РОЗРОБНИК ПРОГРАМ: кандидат технічних наук, доцент Лубенець С.В., доцент кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки

Програму схвалено на засіданні кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки

Протокол від « 18 » червня 2019 року № 13

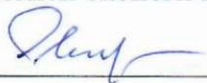
Завідувач кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки

  
(підпис) \_\_\_\_\_ Меркулова Т.В.  
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією економічного факультету

Протокол від « 19 » червня 2019 року № 10

Голова науково-методичної комісії економічного факультету

  
(підпис) \_\_\_\_\_ Свтушенко В.А.  
(прізвище та ініціали)

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Е-комерція» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності 073 «Менеджмент», освітніх програм «Менеджмент організацій» та «Бізнес-менеджмент».

### 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок роботи на ринку електронної комерції.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є оволодіння методами роботи в різних секторах ринку електронної комерції, інструментарієм його аналізу та формалізованого опису.

1.3. Кількість кредитів - 3.

1.4. Загальна кількість годин - 90.

1.5 Характеристика навчальної дисципліни	
Вибіркова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	2-й
Семестр	
3-й	3-й
Лекції	
16 год.	4/4 год.
Практичні, семінарські заняття	
год.	2/2 год.
Лабораторні заняття	
Самостійна робота, у тому числі	
53 год.	73 год.
Індивідуальні завдання	
5 год.	5 год.

1.6. Заплановані результати навчання.

#### Компетентності:

1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для управління економічною діяльністю;
2. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології та економіко-математичні методи і моделі для дослідження економічних та соціальних процесів;
3. Здатність формулювати професійні задачі в сфері економіки, вибирати належні напрями і відповідні методи для їх розв'язання, беручи до уваги наявні ресурси.

#### Результати:

1. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань;

2. Організувати розробку та проведення проектів у сфері економіки із врахуванням інформаційного, методичного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення;
3. Застосовувати сучасні інформаційні технології у соціально-економічних дослідженнях.

## **2. Тематичний план навчальної дисципліни**

### ***Розділ 1. Основи Е-комерції та її базові технології***

#### *Тема 1. Поняття та основи Е-комерції* Зміст

Поняття електронної комерції. Історія розвитку електронної комерції. Фактори розвитку електронної комерції. Переваги використання електронної комерції. Правові основи та правове забезпечення електронної комерції. Етика електронної комерції. Напрями та структура електронної комерції. Електронна комерція в корпоративному секторі. Системи електронної комерції в секторі кінцевих споживачів. Системи електронної комерції в державному секторі. Інтернет-логістика та її організація.

#### *Тема 2. Базові технології електронної комерції* Зміст

Базові технології електронної комерції. Локальні та глобальні інформаційно-телекомунікаційні мережі. Глобальна мережа Інтернет та її сервіси. Інформаційні системи та їх призначення. Сучасні архітектури інформаційних систем. Мережі мобільного радіозв'язку та безпроводного доступу.

#### *Тема 3. Платіжні та фінансові системи в інтернеті* Зміст

Електронні платіжні системи Інтернет. Електронні фінансові системи Інтернет. Види та стандарти електронних систем взаєморозрахунків. Електронні платежі із застосуванням пластикових карт. Класифікація пластикових карт та їх використання в електронній комерції. Інтернет-банкінг та його застосування в електронній комерції. Типи систем та технологія функціонування Інтернет-банкінгу. Електронні гроші та їх застосування в електронній комерції. Механізм розрахунків за допомогою електронних грошей.

### ***Розділ 2. Реалізація Е-комерції, її ефективність та безпека***

#### *Тема 1. Основи створення та розміщення сайту електронного магазину*

Зміст

Поняття Web-сайту електронного магазину та його структура. Основні вимоги до електронних магазинів. Етапи створення Е-магазину. Системний аналіз предметної області. Дизайн сайту Е-магазину. Вимоги до дизайну інтерфейсу користувача, сторінок Web-сайту та тексту. Дизайн графіки та мульти-медійних елементів Web-сайту. База даних Е-магазину та робота з нею. Особливості наповнення сайту Е-магазину контентом. Розміщення сайтів Е-магазинів у мережі Інтернет. Оптимізація та модернізація Е-магазинів.

#### *Тема 2. Основи реклами та маркетингу в Е-комерції* Зміст

Основні види реклами в Інтернеті та їх застосування в Е-комерції. Анонсування в пошукових системах мережі Інтернет. Реклама в WWW та соціальних мережах. Текстова та контекстна реклама в Інтернеті. Участь у рейтингах та реєстрація в Інтернет-каталогах. Банерна реклама в Інтернеті. Обмін посиланнями в Інтернеті. Реклама із застосуванням електронної пошти. Профайлінг та персоналізація в Інтернет-рекламі. Реклама в групах Інтернет-новин. PR в Інтернеті. Інтернет-реклама для мобільних пристроїв та її особливості. Оцінка і методи аналізу ефективності Інтернет-реклами. Оцінка ефективності Web-сайтів Е-магазинів та рекламних кампаній. Способи оплати реклами в Інтернеті.

#### *Тема 3. Безпека і захист інформації в Е-комерції*

Зміст

Шахрайство в мережі Інтернет і в електронній комерції. Методи захисту інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах. Методи захисту платежів у мережі Інтернет. Ідентифікація контрагентів у платіжних системах. Аутентифікація контрагентів у платіжних системах. Авторизація контрагентів у платіжних системах. Технологія електронного цифрового підпису та її застосування в системах електронних платежів.

### 3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочн форма а					
	УСЬО ГО	У тому ЧИСЛІ					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. Р-
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Розділ 1. Основи Е-комерції та її базові технології</b>												
Тема 1. Поняття та основи Е-комерції	12	2				10	21	1				20
Тема 2. Базові технології електронної комерції	14	2	2			10	18	1	1			16
Тема 3. Платіжні та фінансові системи в інтернеті	12	2				10	22	1				21
Разом за розділом 1	38	6	2			30	61	3	1			57
<b>Розділ 2. Реалізація Е-комерції, її ефективність та безпека</b>												
Тема 1. Основи створення та розміщення сайту електронного магазину	20	4	8			8	10	1	1			8
Тема 2. Основи реклами та маркетингу в Е-комерції	20	4	6			10	5					5
Тема 3. Безпека і захист інформації в Е-комерції	12	2			5	5	8				5	3
Разом за розділом 2	52	10	14		5	23	23	1	1		5	16
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>5</b>	<b>53</b>	<b>90</b>	<b>4/4</b>	<b>2/2</b>		<b>5</b>	

#### 4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Базові технології електронної комерції. Виконання контрольної роботи	4	4
о	Опис, аналіз та оцінка електронних Інтернет-магазинів	2	2
	Оптимізація розміщення сайтів електронних магазинів у мережі Інтернет	2	2
4	Аналіз та оцінка сайтів підприємств	4	4
5	Оцінка ефективності роботи електронного магазину та його реклами в Інтернеті	4	4
	Разом	16	16

#### 5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Ознайомитися з базовими поняттями Е-комерції. Література: [2. 4. 6-9, 12. 13. 16]	8	18
о	Ознайомитися з новими інформаційними технологіями в комерційній діяльності. Література: [3-5. 12]	12	22
Ј	Ознайомитися з платіжними та фінансовими системи на основі інформаційно-телекомунікаційних систем. Література: [2. 4. 6-9. 12, 13]	10	10
4	Засвоїти основи створення та розміщення сайту електронного магазину. Література: [1.4. 11. 15]	8	8
5	Засвоїти основи реклами в Е-комерції. Література: [3. 4. 10. 15]	10	10
6	Ознайомитися з безпекою та захистом інформації в Е-комерції. Література: [2.4. 12, 14]	10	10
	Разом	58	78

#### 6. Індивідуальні завдання

##### Завдання до контрольної роботи

Із застосуванням можливостей спеціалізованої системи проектування та імітаційного моделювання мереж NetCracker побудувати проект бездротової локальної мережі підприємства, що займається електронною комерцією. Провести імітаційне моделювання режимів роботи побудованої мережі у складі інформаційної системи підприємства та визначити ефективність її застосування в Е-комерції.

## 7. Методи контролю

Оцінювання знань студентів з дисципліни «Е-комерція» здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, які передбачають поточний та підсумковий види контролю.

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення лабораторних занять та контрольної роботи з дисципліни. Він передбачає перевірку знань студентів з окремих тем та рівня їх підготовленості до виконання конкретної роботи, рівня виконання та захисту результатів лабораторних робіт, а також рівня виконання контрольної роботи.

### Приклад завдання до лабораторної роботи з дисципліни:

- 1) Провести опис поняття Colocation та його основних характеристик.
- 2) Для обраного раніше сайту електронного магазину знайти три. приблизно однакові за тарифними планами, послуги Colocation від різних провайдерів:
  - на території України;
  - в країнах Європейського Союзу;
  - в США.
- 3) Виконати порівняльний аналіз запропонованих умов послуги Colocation та їх характеристик.
- 4) На основі порівняльного аналізу запропонувати обґрунтований вибір найбільш вигідною послуги Colocation.
- 5) Результати аналізу оформити у вигляді таблиці. Зробити загальні висновки.
- 6) Оформити звіт.

**Підсумковий контроль** проводиться під час заліку у формі тестування в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою навчальною програмою і в терміни, встановлені робочим навчальним планом та графіком навчального процесу.

### Приклад залікового тестового питання з варіантами відповідей:

1. Факторами розвитку Е-комерції є:
  - загальноекономічні фактори;
  - інформаційно-інфраструктурні фактори;
  - управлінські фактори;
  - правові фактори.

## 8. Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота, індивідуальні завдання						Підсумковий контроль	Сума		
Розділ 1			Розділ 2			Контрольна робота. передбачена навчальним планом	Разом	Залік	
Т1	Т2	Т3	Т1	Т2	Т3	12	60	40	100
8	8	8	9	8	7				

Т1, Т2 ... -теми розділів.

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90-100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

### 9. Рекомендована література Основна література

1. Алексеев А.П. Введение в Web-дизайн. / А.П. Алексеев. - М: Солон-Пресс, 2008. - 192 с.
2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. / И.Т. Балабанов. - СПб: Питер. 2001. - 336 с.
3. Бердышев С.П. Секреты эффективной интернет-рекламы: Практик. пособие. / С.Н. Бердышев. - М: Дашков и Ко. 2010. - 120 с.
4. Васильев Г.А., Забегалин Д.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернет. / Г.А. Васильев. Д.А. Забегалин. - М: Юнити-Дана. 2008. - 184 с.
5. Информационные технологии в бизнесе. / Под ред. М. Желены. - СПб.: Питер. 2002. - 1120 с.
6. Кобелев О.А. Электронная коммерция - М. : Дашков и К. 2010. - 684 с.
7. Макарова М.В. Электронная коммерция. - К.: «Академія», 2002. - 272с.
8. Сибирская Е.В., Старцева О.А. Электронная коммерция. - М.: Форум, 2010. - 288 с.
9. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. / А.В Юрасов. - М: Дело. 2003. -480 с.

### Допоміжна література

10. Андросов Н. и др. Интернет-маркетинг на 100%. / Н. Андросов и др. - СПб: Питер, 2009.-240 с.
11. Веселкова Т.В., Кабанов А.С. Эффективная эксплуатация сайта: Практическое пособие - М.: Дашков и К. 2011. - 176 с.
12. Гаврилов Я. П. Основы электронной коммерции и бизнеса. - М.: Солон-пресс, 2009. - 592 с.
13. Киселёв Ю.П. Электронная коммерция: практическое руководство. / Ю.Н. Киселёв. - СПб: ООО «ДиаСофтЮП», 2001. - 224 с.
14. Зима В. Безопасность глобальных сетевых технологий [Текст] / В. Зима. А. Молдовян. П. Молдовян. - М.: ВHV. 2002. - 368 с.

### 10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

15. Гузненков Ю.Г., Лубенець С.В. Е-комерція. Методичні вказівки до лабораторних робіт з дисципліни для студентів спеціальності «Прикладна економіка». - Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2015. -8 с.
16. Електронна комерція. - Режим доступу: [1Pr8://iik.\\'ikirei.ia.oguД\iki/Електронна\\_комерція](http://1Pr8://iik.\\'ikirei.ia.oguД\iki/Електронна_комерція)