

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
08 липня 2015 року № 152-Н

Форма № П - 2.04

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра комерційної діяльності і підприємництва**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Перший проректор ПУЕТ

(підпис) (ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 2017 р.

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

з навчальної дисципліни „Електронна комерція”

для студентів спеціальності: 076мЗ «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма: «Товарознавство і комерційна діяльність»
факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу

Полтава 2017

Робоча навчальна програма з дисципліни „Електронна комерція” для студентів спеціальності: 076мЗ «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма: «Товарознавство і комерційна діяльність» на II семестр 2016-2017 навчального року

Укладач: к.е.н., доц. Хурса М.М.

Робоча навчальна програма обговорена і схвалена на засіданні кафедри
21 листопада 2017р.
протокол № 3
Зав. кафедри _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

СХВАЛЕНО
Голова науково-методичної групи зі спеціальності: 076мЗ «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма: «Товарознавство і комерційна діяльність»
протокол № _____
від «__» _____ 2017 р.

(підпис) (ініціали, прізвище)

ПОГОДЖЕНО
Методист 1 категорії науково-навчального центру

(підпис) (ініціали, прізвище)
«__» _____ 2017 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни.....	6
Розділ 2. Робочий графік навчальної дисципліни на семестр.....	7
Розділ 3. Тематичний план навчальної дисципліни з розподілом навчального часу за видами навчальних занять.....	8
Розділ 4. Технологічна карта тематичного плану навчальної дисципліни.....	9
Розділ 5. Самостійна робота студентів.....	16
Розділ 6. Методики активізації процесу навчання.....	20
Розділ 7. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів....	21
Розділ 8. Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу.....	29
Розділ 9. Інформаційно-методичне забезпечення.....	30

ВСТУП

Двадцять перше століття, з якого розпочинається третє тисячоліття, кинуло людству виклик у формі всепроникаючого міжнародного зв'язку, всесвітньої мережі Інтернет і появи віртуальної економіки.

Сутність віртуальної економіки полягає у тому, що вона повністю спирається на інтерактивний бізнес, одним з основних принципів якого є суттєва економія фінансових та інших ресурсів не тільки бізнесменів, але і широкого кола споживачів.

Сучасний фахівець в галузі економіки, як ніхто інший, повинен прагнути до максимальної економії власних ресурсів та підвищення культури обслуговування споживачів на реальному чи віртуальному ринках. Основою такої оптимізації традиційної комерційної роботи сьогодні виступає електронна комерція.

Метою дисципліни "Електронна комерція" є:

1. Сформуванню у студентів комплексну систему знань про електронну комерцію, яка відповідала б потребам ринкової економіки і, дозволила б їм плідно працювати у сфері інтерактивного бізнесу;
2. Охарактеризувати понятійно - термінологічний апарат, за допомогою якого можна надати характеристику електронній торгівлі;
3. Розкрити взаємозв'язок усіх понять та термінів, внутрішню логіку і запропонувати студентам елементарну технологічну модель вказаної форми бізнесу.

Завдання дисципліни полягає в тому, щоб за допомогою теоретичного блоку, практичних та лабораторних занять, навчаючих та контролюючих програм ЕОМ прищепити студентам навички самостійного комерційного мислення у віртуальному просторі, навчити в комплексі вирішувати інтерактивні комерційні задачі, привити майбутнім фахівцям практичні прийоми моделювання та створення власного електронного бізнесу, розрахування кінцевих результатів і ефекту будь якої віртуальної комерційної угоди.

Предметом дисципліни є система віртуальних комерційних процесів, що виникають між користувачами мережі Internet.

Логіка обґрунтування розподілу і послідовності вивчення матеріалу курсу базується на навчальній програмі курсу, навчальних планах, послідовності виконання комерційних дій у практиці роботи віртуальних торговельних підприємств.

Забезпечуючими дисциплінами курсу є: комерційна діяльність на ринку товарів та послуг, маркетинг, економіка підприємств, основи психології та педагогіки, статистика, комерційне право, економічний аналіз та інші.

Після засвоєння курсу студент повинен знати:

- основи електронної комерції;
- структуру операцій по створенню власного віртуального комерційного підприємства;
- організацію та проведення комерційних операцій в середовищі Інтернет;
- структуру і послідовність виконання елементів електронно-комерційної роботи;
- методику розрахунку показників ефективності комерційних операцій у віртуальному просторі;

Після засвоєння курсу студент повинен вміти:

- Вільно орієнтуватися у середовищі електронної комерції;
- Ефективно проводити операції щодо купівлі/продажу товарів та послуг;
- Вибирати для власного бізнесу необхідне програмне забезпечення;

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни

Таблиця 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни „Електронна комерція”

Характеристика навчальної дисципліни
1. Кількість кредитів за ECTS 3.
2. Кількість модулів: денна 2, заочна.
3. Нормативна
4. Курс: денна 5, заочна.
5. Семестр: денна 10, заочна .
6. Денна форма навчання, годин : 90 - загальна кількість: 10 семестр 90. - лекції: 10 семестр 18. - практичні заняття: 10 семестр 30. - індивідуальна робота: 10 семестр 0 годин. - самостійна робота: 10 семестр 42. - вид підсумкового контролю: екзамен: 10 семестр - години - кількість годин на тиждень: 10 семестр 3
7. Заочна форма навчання, годин: - загальна кількість: семестр. - лекції: семестр. - практичні заняття: семестр. - самостійна робота: семестр. - вид підсумкового контролю - екзамен: семестр.

Розділ 3. Тематичний план навчальної дисципліни з розподілом навчального часу за видами навчальних занять

Таблиця 3. Тематичний план навчальної дисципліни “Електронна комерція”

№ з/п	Назва модуля (розділу), теми	Кількість годин за видами занять			
		аудиторні заняття			позааудиторні заняття
		разом	лекції	практичні	самостійна робота
	Модуль 1. „Засади функціонування електронної комерції в середовищі електронного бізнесу”				
1.	Тема 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції	7	2	2	3
2.	Тема 2. Техніко-технологічна складова е-комерції	11	2	4	5
3.	Тема 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу	9	2	2	5
4.	Тема 4. Бізнес - планування в електронній комерції	11	2	4	5
	Модуль 2. „Основні структурні елементи е-комерції”				
5.	Тема 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів	10	2	4	4
6.	Тема 6. Безпека в системі електронної комерції	11	2	4	5
7.	Тема 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції	11	2	4	5
8.	Тема 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину	11	2	4	5
9.	Тема 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об’єктів традиційної торгівлі	9	2	2	5
	Разом	90	18	30	42

Розділ 4. Технологічна карта тематичного плану навчальної дисципліни

Таблиця 4. Технологічна карта тематичного плану навчальної дисципліни «Електронна комерція», яка викладається для студентів денної форми навчання

Назва модуля (розділу), теми та питання теми (лекції)	Обсяг годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Обсяг годин	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
1	2	3	4	5
Модуль 1. „Засади функціонування електронної комерції в середовищі електронного бізнесу”				
Тема 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції Лекція 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції 1. Еволюція середовища електронної комерції 2. Структура середовища електронної комерції 3. Стан та перспективи розвитку середовища електронної комерції	2	Практичне заняття 1 “ Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції ” 1. Еволюція середовища електронної комерції 2. Структура середовища електронної комерції 3. Стан та перспективи розвитку середовища електронної комерції Завдання: ознайомитись із розвитком та загальною структурою мережі Інтернет, отримати навички оптимального налаштування персонального комп’ютера для роботи у віртуальному просторі	2	07,9,17, 22,33,36Д
Тема 2. Техніко-технологічна складова е-комерції Лекція 2. Техніко-технологічна складова е-комерції 1. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції 2. Характеристика структурних елементів технічної складової електронної комерції 3. Технологічна складова електронної комерції	2	Практичне заняття 2 «Техніко-технологічна складова е-комерції» 1. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції 2. Характеристика структурних елементів технічної складової Завдання: ознайомитись із класифікацією серверів та сайтів мережі Інтернет, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	07,9,10,17 19,22,36Д

		Практичне заняття 3 «Техніко-технологічна складова е-комерції» 1. Технологічна складова електронної комерції Завдання: ознайомитись із класифікацією адрес та протоколів у мережі Інтернет, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	07,9,10,17 19,22,36Д
Тема 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу Лекція 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу 1. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 2. Загальна інформація про е-комерцію 3. Характеристика форм е-комерції.	2	Практичне заняття 4 „Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу” 1. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 2. Загальна інформація про е-комерцію 3. Характеристика форм е-комерції. Завдання: Визначити місце е-комерції у е-бізнесі, отримати уявлення щодо форм е-комерції	2	02,3,4,7,9 19,23,24Д
Тема 4. Бізнес - планування в електронній комерції Лекція 4. Бізнес - планування в електронній комерції 1. Загальні питання планування електронної комерції 2. Маркетингова стратегія щодо on-line-покупців 3. Робота по реалізації власного WEB-сервера	2	Практичне заняття 5 «Бізнес - планування в електронній комерції» 1. Загальні питання планування електронної комерції 2. Маркетингова стратегія щодо on-line-покупців Завдання: ознайомитись із системним та довільним плануванням, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	01,2,3,4,5,7 19,23,24Д
		Практичне заняття 6 «Бізнес - планування в електронній комерції» 1. Робота по реалізації власного WEB-сервера Завдання: ознайомитись із підходами щодо окремих елементів WEB-сервера, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	01,2,3,4,5,7 19,23,24Д
Модуль 2. „Основні структурні елементи е-комерції”				

<p>Тема 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів Лекція 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комерційна робота і віртуальні трансакції 2. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності 3. Вимоги до платіжних систем що обслуговують процеси купівлі-продажу 	2	<p>Практичне заняття 7 “Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комерційна робота і віртуальні трансакції <p>Завдання: ознайомитись із загальною характеристикою віртуальних трансакцій, отримати навички використання трансакційних операцій у віртуальному просторі</p>	2	O1,2,3,4,6,7,9 19,23,24Д
<p>Тема 6. Безпека в системі електронної комерції Лекція 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції 2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації 3. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 4. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки 	2	<p>Практичне заняття 8 “ Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності 2. Вимоги до платіжних систем що обслуговують процеси купівлі-продажу <p>Завдання: ознайомитись із окремими типами електронних платежів, отримати навички їх використання у системі електронної комерції</p>	2	O1,2,3,4,6,7,9 19,23,24Д
<p>Тема 6. Безпека в системі електронної комерції Лекція 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції 2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації 3. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 4. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки 	2	<p>Практичне заняття 9 “Безпека в системі електронної комерції ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції 2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації <p>Завдання: ознайомитись із загальними підходами щодо інформаційної безпеки, отримати навички використання захисних заходів у системі електронної комерції</p>	2	O2,3,4,12 24,26Д

		<p>Практичне заняття 10 “Безпека в системі електронної комерції” 1. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 2. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки Завдання: ознайомитись із моделями служби безпеки, отримати навички щодо захисту фінансових ресурсів системи електронної комерції</p>	2	02,3,4,12 24,26Д
<p>Тема 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції Лекція 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції 1. Специфіка віртуальної реклами та її використання у е-комерції 2. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі е-комерції 3. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі</p>	2	<p>Практичне заняття 11 „Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції” 1. Специфіка віртуальної реклами та її використання у е-комерції 2. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі е-комерції Завдання: ознайомитися із специфікою віртуальної реклами та її використання у е-комерції</p>	2	07,8,9,17, 19,24Д
		<p>Практичне заняття 12 „Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції” 1. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі Завдання: ознайомитися із способами розрахунку ефективності рекламних дій у системі е-комерції.</p>	2	07,8,9,17, 19,24Д

<p>Тема 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину</p> <p>Лекція 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину</p> <p>1. Поняття про інтерактивний е-магазин</p> <p>2. Основи організації віртуального підприємства</p> <p>3. Системи управління в е-магазині</p>	2	<p>Практичне заняття 13</p> <p>“Організація роботи інтерактивного електронного магазину”</p> <p>1. Поняття про інтерактивний е-магазин</p> <p>2. Основи організації віртуального підприємства</p> <p>Завдання: ознайомитися із основами організації віртуального підприємства, отримати навички побудови власного магазину</p>	2	01, 4,7,9,12,17 37Д
		<p>Практичне заняття 14</p> <p>“ Організація роботи інтерактивного електронного магазину ”</p> <p>1. Системи управління в е-магазині</p> <p>Завдання: розглянути основні системи управління у е-магазині, отримати навички їх побудови</p>	2	01, 4,7,9,12,17 37Д
<p>Тема 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об’єктів традиційної торгівлі</p> <p>Лекція 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об’єктів традиційної торгівлі</p> <p>1. Питання організації електронної комерції</p> <p>2. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців</p> <p>3. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією</p>	2	<p>Практичне заняття 15</p> <p>“Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об’єктів традиційної торгівлі”</p> <p>1. Питання організації електронної комерції</p> <p>2. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців</p> <p>3. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією</p> <p>Завдання: опанувати алгоритм забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об’єктів традиційної торгівлі, навчитися використовувати чинники цінової чутливості on-line покупців у системі е-комерції</p>	2	01,5,7,9,17, 35Д
Всього, годин	18		30	

Таблиця 5а. Технологічна карта тематичного плану навчальної дисципліни «Електронна комерція», яка викладається для студентів заочно-дистанційної форми навчання спеціальності 076м3 ТКД м та 0763 кв ТКД м кв «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма: «Товарознавство і комерційна діяльність», 5 курс

Назва модуля (розділу), теми та питання теми (лекції)	Обсяг годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Обсяг годин	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
1	2	3	4	5
Модуль 1. „Засади функціонування електронної комерції в середовищі електронного бізнесу”				
Тема 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції Лекція 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції 1. Еволюція середовища електронної комерції 2. Структура середовища електронної комерції 3. Стан та перспективи розвитку середовища електронної комерції	С	Практичне заняття 1 “ Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції ” 1. Еволюція середовища електронної комерції 2. Структура середовища електронної комерції 3. Стан та перспективи розвитку середовища електронної комерції Завдання: ознайомитись із розвитком та загальною структурою мережі Інтернет, отримати навички оптимального налаштування персонального комп'ютера для роботи у віртуальному просторі	С	07,9,17, 22,33,36Д
Тема 2. Техніко-технологічна складова е-комерції Лекція 2. Техніко-технологічна складова е-комерції 1. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції 2. Характеристика структурних елементів технічної складової електронної комерції 3. Технологічна складова електронної комерції	С	Практичне заняття 2 «Техніко-технологічна складова е-комерції» 1. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції 2. Характеристика структурних елементів технічної складової Завдання: ознайомитись із класифікацією серверів та сайтів мережі Інтернет, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	07,9,10,17 19,22,36Д

		Практичне заняття 3 «Техніко-технологічна складова е-комерції» 1. Технологічна складова електронної комерції Завдання: ознайомитись із класифікацією адрес та протоколів у мережі Інтернет, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	07,9,10,17 19,22,36Д
Тема 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу Лекція 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу 1. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 2. Загальна інформація про е-комерцію 3. Характеристика форм е-комерції.	2	Практичне заняття 4 „Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу” 1. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 2. Загальна інформація про е-комерцію 3. Характеристика форм е-комерції. Завдання: Визначити місце е-комерції у е-бізнесі, отримати уявлення щодо форм е-комерції	2	02,3,4,7,9 19,23,24Д
Тема 4. Бізнес - планування в електронній комерції Лекція 4. Бізнес - планування в електронній комерції 1. Загальні питання планування електронної комерції 2. Маркетингова стратегія щодо on-line-покупців 3. Робота по реалізації власного WEB-сервера	С	Практичне заняття 5 «Бізнес - планування в електронній комерції» 1. Загальні питання планування електронної комерції 2. Маркетингова стратегія щодо on-line-покупців Завдання: ознайомитись із системним та довільним плануванням, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	С	01,2,3,4,5,7 19,23,24Д
		Практичне заняття 6 «Бізнес - планування в електронній комерції» 1. Робота по реалізації власного WEB-сервера Завдання: ознайомитись із підходами щодо окремих елементів WEB-сервера, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	С	01,2,3,4,5,7 19,23,24Д
Модуль 2. „Основні структурні елементи е-комерції”				

<p>Тема 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів Лекція 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комерційна робота і віртуальні трансакції 2. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності 3. Вимоги до платіжних систем що обслуговують процеси купівлі-продажу 	С	<p>Практичне заняття 7 “Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комерційна робота і віртуальні трансакції <p>Завдання: ознайомитись із загальною характеристикою віртуальних трансакцій, отримати навички використання трансакційних операцій у віртуальному просторі</p>	С	О1,2,3,4,6,7,9 19,23,24Д
<p>Тема 6. Безпека в системі електронної комерції Лекція 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції 2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації 3. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 4. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки 	С	<p>Практичне заняття 8 “ Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності 2. Вимоги до платіжних систем що обслуговують процеси купівлі-продажу <p>Завдання: ознайомитись із окремими типами електронних платежів, отримати навички їх використання у системі електронної комерції</p>	С	О1,2,3,4,6,7,9 19,23,24Д
<p>Тема 6. Безпека в системі електронної комерції Лекція 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції 2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації 3. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 4. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки 	С	<p>Практичне заняття 9 “Безпека в системі електронної комерції ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції 2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації <p>Завдання: ознайомитись із загальними підходами щодо інформаційної безпеки, отримати навички використання захисних заходів у системі електронної комерції</p>	С	О2,3,4,12 24,26Д

		<p>Практичне заняття 10 “Безпека в системі електронної комерції” 1. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 2. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки Завдання: ознайомитись із моделями служби безпеки, отримати навички щодо захисту фінансових ресурсів системи електронної комерції</p>	С	О2,3,4,12 24,26Д
<p>Тема 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції Лекція 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції 1. Специфіка віртуальної реклами та її використання у е-комерції 2. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі е-комерції 3. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі</p>	С	<p>Практичне заняття 11 „Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції” 1. Специфіка віртуальної реклами та її використання у е-комерції 2. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі е-комерції Завдання: ознайомитися із специфікою віртуальної реклами та її використання у е-комерції</p>	С	О7,8,9,17, 19,24Д
		<p>Практичне заняття 12 „Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції” 1. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі Завдання: ознайомитися із способами розрахунку ефективності рекламних дій у системі е-комерції.</p>	С	О7,8,9,17, 19,24Д

<p>Тема 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину</p> <p>Лекція 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину</p> <p>1. Поняття про інтерактивний е-магазин</p> <p>2. Основи організації віртуального підприємства</p> <p>3. Системи управління в е-магазині</p>	С	<p>Практичне заняття 13</p> <p>“Організація роботи інтерактивного електронного магазину”</p> <p>1. Поняття про інтерактивний е-магазин</p> <p>2. Основи організації віртуального підприємства</p> <p>Завдання: ознайомитися із основами організації віртуального підприємства, отримати навички побудови власного магазину</p>	С	О1, 4,7,9,12,17 37Д
		<p>Практичне заняття 14</p> <p>“Організація роботи інтерактивного електронного магазину”</p> <p>1. Системи управління в е-магазині</p> <p>Завдання: розглянути основні системи управління у е-магазині, отримати навички їх побудови</p>	С	О1, 4,7,9,12,17 37Д
<p>Тема 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі</p> <p>Лекція 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі</p> <p>1. Питання організації електронної комерції</p> <p>2. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців</p> <p>3. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією</p>	С	<p>Практичне заняття 15</p> <p>“Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі”</p> <p>1. Питання організації електронної комерції</p> <p>2. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців</p> <p>3. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією</p> <p>Завдання: опанувати алгоритм забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі, навчитися використовувати чинники цінової чутливості on-line покупців у системі е-комерції</p>	С	О1,5,7,9,17, 35Д
Всього, годин	2		6	

С – Самостійна робота у міжсесійний період

Таблиця 5б. Технологічна карта тематичного плану навчальної дисципліни «Електронна комерція», яка викладається для студентів заочно-дистанційної форми навчання спеціальності 076м3 ТКД м та 0763 кв ТКД м кв «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма: «Товарознавство і комерційна діяльність», 5 курс

Назва модуля (розділу), теми та питання теми (лекції)	Обсяг годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Обсяг годин	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
1	2	3	4	5
Модуль 1. „Засади функціонування електронної комерції в середовищі електронного бізнесу”				
Тема 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції Лекція 1. Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції 1. Еволюція середовища електронної комерції 2. Структура середовища електронної комерції 3. Стан та перспективи розвитку середовища електронної комерції	2	Практичне заняття 1 “ Загальна характеристика середовища функціонування е-комерції ” 1. Еволюція середовища електронної комерції 2. Структура середовища електронної комерції 3. Стан та перспективи розвитку середовища електронної комерції Завдання: ознайомитись із розвитком та загальною структурою мережі Інтернет, отримати навички оптимального налаштування персонального комп'ютера для роботи у віртуальному просторі	С	07,9,17, 22,33,36Д
Тема 2. Техніко-технологічна складова е-комерції Лекція 2. Техніко-технологічна складова е-комерції 1. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції 2. Характеристика структурних елементів технічної складової електронної комерції 3. Технологічна складова електронної комерції	2	Практичне заняття 2 «Техніко-технологічна складова е-комерції» 1. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції 2. Характеристика структурних елементів технічної складової Завдання: ознайомитись із класифікацією серверів та сайтів мережі Інтернет, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	07,9,10,17 19,22,36Д

		Практичне заняття 3 «Техніко-технологічна складова е-комерції» 1. Технологічна складова електронної комерції Завдання: ознайомитись із класифікацією адрес та протоколів у мережі Інтернет, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції		07,9,10,17 19,22,36Д
Тема 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу Лекція 3. Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу 1. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 2. Загальна інформація про е-комерцію 3. Характеристика форм е-комерції.	2	Практичне заняття 4 „Електронна комерція в середовищі електронного бізнесу” 1. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 2. Загальна інформація про е-комерцію 3. Характеристика форм е-комерції. Завдання: Визначити місце е-комерції у е-бізнесі, отримати уявлення щодо форм е-комерції	2	02,3,4,7,9 19,23,24Д
Тема 4. Бізнес - планування в електронній комерції Лекція 4. Бізнес - планування в електронній комерції 1. Загальні питання планування електронної комерції 2. Маркетингова стратегія щодо on-line-покупців 3. Робота по реалізації власного WEB-сервера	2	Практичне заняття 5 «Бізнес - планування в електронній комерції» 1. Загальні питання планування електронної комерції 2. Маркетингова стратегія щодо on-line-покупців Завдання: ознайомитись із системним та довільним плануванням, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	2	01,2,3,4,5,7 19,23,24Д
		Практичне заняття 6 «Бізнес - планування в електронній комерції» 1. Робота по реалізації власного WEB-сервера Завдання: ознайомитись із підходами щодо окремих елементів WEB-сервера, отримати уявлення щодо їх використання у електронній комерції	С	01,2,3,4,5,7 19,23,24Д
Модуль 2. „Основні структурні елементи е-комерції”				

<p>Тема 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів</p> <p>Лекція 5. Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів</p> <p>1. Комерційна робота і віртуальні трансакції</p> <p>2. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності</p> <p>3. Вимоги до платіжних систем що обслуговують процеси купівлі-продажу</p>	С	<p>Практичне заняття 7 “Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів”</p> <p>1. Комерційна робота і віртуальні трансакції</p> <p>Завдання: ознайомитись із загальною характеристикою віртуальних трансакцій, отримати навички використання трансакційних операцій у віртуальному просторі</p>	2	O1,2,3,4,6,7,9 19,23,24Д
<p>Тема 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <p>Лекція 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <p>1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції</p> <p>2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації</p> <p>3. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів</p> <p>4. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки</p>	С	<p>Практичне заняття 8 “Комерційно-фінансові операції в процесі купівлі-продажу товарів”</p> <p>1. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності</p> <p>2. Вимоги до платіжних систем що обслуговують процеси купівлі-продажу</p> <p>Завдання: ознайомитись із окремими типами електронних платежів, отримати навички їх використання у системі електронної комерції</p>	С	O1,2,3,4,6,7,9 19,23,24Д
<p>Тема 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <p>Лекція 6. Безпека в системі електронної комерції</p> <p>1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції</p> <p>2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації</p> <p>3. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів</p> <p>4. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки</p>	С	<p>Практичне заняття 9 “Безпека в системі електронної комерції”</p> <p>1. Основи інформаційної безпеки у електронній комерції</p> <p>2. Захист від несанкціонованого доступу до бізнес-інформації</p> <p>Завдання: ознайомитись із загальними підходами щодо інформаційної безпеки, отримати навички використання захисних заходів у системі електронної комерції</p>	С	O2,3,4,12 24,26Д

		<p>Практичне заняття 10 “Безпека в системі електронної комерції” 1. Крадіжки грошей з пластикових карт з використанням банкоматів 2. Ідеальна модель служби інформаційної безпеки Завдання: ознайомитись із моделями служби безпеки, отримати навички щодо захисту фінансових ресурсів системи електронної комерції</p>	С	О2,3,4,12 24,26Д
<p>Тема 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції Лекція 7. Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції 1. Специфіка віртуальної реклами та її використання у е-комерції 2. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі е-комерції 3. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі</p>	С	<p>Практичне заняття 11 „Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції” 1. Специфіка віртуальної реклами та її використання у е-комерції 2. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі е-комерції Завдання: ознайомитися із специфікою віртуальної реклами та її використання у е-комерції</p>	С	О7,8,9,17, 19,24Д
		<p>Практичне заняття 12 „Реклама як засіб підвищення ефективності роботи системи е-комерції” 1. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі Завдання: ознайомитися із способами розрахунку ефективності рекламних дій у системі е-комерції.</p>	С	О7,8,9,17, 19,24Д

<p>Тема 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину</p> <p>Лекція 8. Організація роботи інтерактивного електронного магазину</p> <p>1. Поняття про інтерактивний е-магазин</p> <p>2. Основи організації віртуального підприємства</p> <p>3. Системи управління в е-магазині</p>	С	<p>Практичне заняття 13</p> <p>“Організація роботи інтерактивного електронного магазину”</p> <p>1. Поняття про інтерактивний е-магазин</p> <p>2. Основи організації віртуального підприємства</p> <p>Завдання: ознайомитися із основами організації віртуального підприємства, отримати навички побудови власного магазину</p>	С	О1, 4,7,9,12,17 37Д
		<p>Практичне заняття 14</p> <p>“Організація роботи інтерактивного електронного магазину”</p> <p>1. Системи управління в е-магазині</p> <p>Завдання: розглянути основні системи управління у е-магазині, отримати навички їх побудови</p>	С	О1, 4,7,9,12,17 37Д
<p>Тема 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі</p> <p>Лекція 9. Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі</p> <p>1. Питання організації електронної комерції</p> <p>2. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців</p> <p>3. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією</p>	С	<p>Практичне заняття 15</p> <p>“Забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі”</p> <p>1. Питання організації електронної комерції</p> <p>2. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців</p> <p>3. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією</p> <p>Завдання: опанувати алгоритм забезпечення конкурентних переваг віртуального магазину щодо об'єктів традиційної торгівлі, навчитися використовувати чинники цінової чутливості on-line покупців у системі е-комерції</p>	С	О1,5,7,9,17, 35Д
Всього, годин	8		8	

С – Самостійна робота у міжсесійний період

Розділ 5. Самостійна робота студентів, що вивчають навчальну дисципліну „Електронна комерція”

При викладанні навчальної дисципліни „Електронна комерція” використовуються наступні види та форми самостійної роботи студентів:

1. Підготовка до поточних аудиторних занять:

- вивчення обов'язкової та додаткової літератури, текстів лекцій;
- виконання домашніх завдань;
- підготовка до практичних занять;
- підготовка до модульної контрольної роботи.

2. Пошуково - аналітична робота:

- пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни;
- написання реферату (есе) за заданою проблематикою;
- аналітичний огляд наукової публікації;
- практикум з навчальної дисципліни з використанням програмного забезпечення;
- аналіз конкретної практичної ситуації та підготовка аналітичної записки (Case study).

3. Наукова робота:

- участь у наукових конференціях і семінарах;
- підготовка наукових публікацій.

При викладанні навчальної дисципліни „Електронна комерція” застосовуються наступні засоби контролю виконання видів та форм самостійної роботи студентів:

1. Підготовка до поточних аудиторних занять:

- контроль участі студентів у обговоренні питань на лекціях і практичних заняттях;
- перевірка правильності виконання завдань;
- написання модульної контрольної роботи.

2. Пошуково - аналітична робота:

- розгляд підготовлених матеріалів в процесі пошуку (підбору) та огляду літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни під час аудиторних занять;
- обговорення (захист) матеріалів реферату (есе) під час аудиторних занять;
- обговорення результатів проведеної роботи щодо аналітичного огляду наукової публікації під час аудиторних занять;
- розгляд підготовлених матеріалів, участь у діловій грі при аналізі конкретної практичної ситуації та підготовці аналітичної записки (Case study);
- перевірка правильності виконання завдань навчальної дисципліни при роботі з: практикумом та програмним забезпеченням (Excel; Microsoft Publisher).

3. Наукова робота:

- доповіді на наукових студентських конференціях і семінарах;

- обговорення із викладачем матеріалів при підготовці наукових публікацій, подача до друку.

Розділ 6. Методики активізації процесу навчання студентів, що вивчають навчальну дисципліну „Електронна комерція”

Основними методиками, що активізують пізнавальний процес під час навчання студентів є:

При проведенні лекційних занять

Кожна лекція має проблемний характер: висвітлюються сучасні тенденції розвитку електронної комерції, характеризуються її основні форми, розглядаються основні методи планування, рекламування та захисту у віртуальних торговельних системах, наводиться алгоритм формування та використання основних переваг електронної комерції перед традиційними формами торгівлі. На кожній лекції використовується тематично спрямований слайдово-презентаційний комплекс.

При проведенні практичних занять

Розв'язок ситуаційних завдань з використанням матеріалу Case study «Ве-чірка».

Індивідуальна презентація розробленого макету сайту віртуального магазину, що складається (як мінімум) із десяти повно функціональних WEB-сторінок.

Захист та тлумачення результатів аудиторного завдання щодо визначення оптимальних засобів Інтернет-реклами.

Доповідь та захист власної думки щодо окремих тематично спрямованих питань дисципліни.

Розділ 7. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів, що вивчають навчальну дисципліну „Електронна комерція”

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ПІДГОТОВКИ ДО ПОТОЧНОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ ПИТАННЯ ДО МОДУЛЯ 1

1. Еволюція середовища електронної комерції
2. Виникнення середовища електронної комерції
3. Створення першої версії ARPANET
4. Ріст і зміна ARPANET у 70-х роках
5. Розвиток середовища електронної комерції у 80-х роках
6. Зміни середовища електронної комерції у 90-х роках і пришествя WWW
7. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції

8. Характеристика структурних елементів технічної складової електронної комерції
9. Технологічна складова електронної комерції
10. Визначення, сутність та характеристика електронного бізнесу
11. Загальна інформація про електронну комерцію
12. Характеристика форм електронної комерції
13. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні
14. Загальні питання планування електронної комерції
15. Маркетингова стратегія по відношенню до on-line покупців
16. Робота щодо реалізації технічної платформи електронної комерції

ПИТАННЯ ДО МОДУЛЯ 2

17. Комерційна робота і віртуальні трансакції
18. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності
19. Вимоги до платіжних систем, що обслуговують процеси купівлі-продажу
20. Питання захисту інформації в електронній комерції
21. Види та коротка характеристика головних способів захисту інформації
22. Криптографія, її методи та застосування у електронній комерції
23. Специфіка віртуальної реклами та її використання у електронній комерції
24. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі електронної комерції
25. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі
26. Поняття про інтерактивний електронний магазин
27. Основи організації віртуального підприємства
28. Системи управління у електронному магазині
29. Питання організації електронної комерції
30. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців у віртуальному середовищі
31. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією

ПРИКЛАД ПОБУДОВИ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПОТОЧНОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
„Полтавський університет економіки і торгівлі”
Кафедра комерційної діяльності та підприємництва
Поточний контроль з дисципліни „Електронна комерція”
за 1-м модулем „Засади функціонування електронної комерції в середовищі електронного бізнесу”

Частина 1. Теоретичні завдання, що потребують стислої відповіді.*

1. Охарактеризувати структуру мережі Internet
2. Навести та охарактеризувати класифікаційну схему WEB-серверів
3. Охарактеризувати систему адресації, що використовується для персоніфікації сторінок електронного магазину в мережі Internet

*Кожна правильна відповідь оцінюється у **2 бали**.

Частина 2. Тестове завдання*

Сервери управління трафіком це:

1. Потужні комп'ютери пересічних користувачів;
2. Потужні комп'ютери, що знаходять для користувача інформацію та перенаправляють його до такої інформації;
3. Потужні комп'ютери наукових установ та бізнес-офісів

*Правильна відповідь оцінюється у **1 бали**.

Частина 3. Практичне завдання*

Із трьох наведених засобів реклами (візитна сторінка; адреса сторінки та гіперпосилання) визначити найбільш ефективний. Відповідь обґрунтувати

*Правильний розв'язок задачі оцінюється у **3 бали**.

Затверджені на засіданні кафедри комерційної діяльності і підприємництва

Протокол № _____ від _____

Завідувач кафедри _____ Балабан П.Ю.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ (ЕКЗАМЕНУ)

1. Еволюція середовища електронної комерції
2. Виникнення середовища електронної комерції
3. Створення першої версії ARPANET
4. Ріст і зміна ARPANET у 70-х роках
5. Розвиток середовища електронної комерції у 80-х роках
6. Зміни середовища електронної комерції у 90-х роках і прищестя

WWW

7. Поняття та класифікація технічної складової електронної комерції
8. Характеристика структурних елементів технічної складової електронної комерції
9. Технологічна складова електронної комерції
10. Визначення, сутність та характеристика електронного бізнесу
11. Загальна інформація про електронну комерцію
12. Характеристика форм електронної комерції
13. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні

14. Загальні питання планування електронної комерції
15. Маркетингова стратегія по відношенню до on-line покупців
16. Робота щодо реалізації технічної платформи електронної комерції
17. Комерційна робота і віртуальні транзакції
18. Типи електронних платежів, що використовуються в комерційній діяльності
19. Вимоги до платіжних систем, що обслуговують процеси купівлі-продажу
20. Питання захисту інформації в електронній комерції
21. Види та коротка характеристика головних способів захисту інформації
22. Криптографія, її методи та застосування у електронній комерції
23. Специфіка віртуальної реклами та її використання у електронній комерції
24. Характеристика основних методів рекламування товару у середовищі електронної комерції
25. Ефективність рекламних дій у віртуальному середовищі
26. Поняття про інтерактивний електронний магазин
27. Основи організації віртуального підприємства
28. Системи управління у електронному магазині
29. Питання організації електронної комерції
30. Врахування чинників цінової чутливості on-line покупців у віртуальному середовищі
31. Конкуренція традиційних форм торгівлі з електронною комерцією

ПРИКЛАД ПОБУДОВИ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства освіти і науки,
молоді та спорту України
29 березня 2012 року № 384
Форма № Н-5.05

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
(повне найменування вищого навчального закладу)

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Спеціальність 076м3 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітня програма:
«Товарознавство і комерційна діяльність», Семестр 10
Навчальна дисципліна Електронна комерція

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

1. Еволюція середовища електронної торгівлі
2. Комерційна робота і віртуальні транзакції
3. У середовищі Microsoft Excel розрахувати ефективність різних рекламних засобів
4. У середовищі Microsoft Publisher створити „Домашню сторінку” та сторінку „Інформація

про відвідувача” сайту електронної комерційної структури

Затверджено на засіданні кафедри Комерційної діяльності та підприємництва

Протокол № ____ від « ____ » _____ 201__ року

Завідувач кафедри _____ Балабан П.Ю.

Екзаменатор _____ Хурса М.М.

Кожне правильно виконане завдання білету оцінюється у 10 балів

Оцінка рівня знань при проведенні модульного поточного контролю

Оцінка „відмінно”: студент має систематизовані та глибокі знання навчального матеріалу, відповідь повна, студент володіє поняттями теми, вміє без помилок виконувати практичні завдання, які передбачені програмою дисципліни, засвоїв рекомендовану основну літературу та ознайомився з додатковою літературою; викладає матеріал у логічній послідовності, робить узагальнення й висновки, наводить практичні приклади у контексті тематичного теоретичного матеріалу; виконав завдання творчо та в повному обсязі, задача розв’язана із ґрунтовним поясненням.

Оцінка „добре”: студент повністю засвоїв навчальний матеріал з навчальної дисципліни, знає основну літературу. Уміє виконувати завдання, викладає матеріал у логічній послідовності, робить певні узагальнення і висновки, але не наводить практичних прикладів у контексті тематичного теоретичного матеріалу або допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, невеликі арифметичні помилки у розрахунках при вирішенні практичних завдань.

Оцінка „задовільно”: студент в цілому ознайомлений із питанням, але неповно, неточно використовує окремі поняття, є грубі помилки, робота виконана формально, має ознаки несамотійного мислення, завдання виконано частково, задача розв’язана без пояснення.

Оцінка „незадовільно”: студент не засвоїв навчальний матеріал, дає неправильні відповіді на поставлені теоретичні питання, не розуміє поняття теми; завдання виконано неправильно, задача не розв’язана, робота не відповідає вимогам щодо оформлення.

Результати поточного контролю знань студентів вносяться до екзаменаційної відомості і враховуються при виставленні підсумкового балу з навчальної дисципліни „Бізнес-планування в туристичному бізнесі”.

Таблиця 7. Розрахунок балів, що отримують студенти за результатами вивчення навчальної дисципліни „Електронна комерція”

Форма навчальної роботи	Вид навчальної роботи	Кількість балів (для одного студента)	Разом балів
Аудиторна			
1.1. Лекція	1. Відвідування	18x0,25	4,5
1.2. Практичні заняття	1. Відвідування	30x0,25	7,5
	2. Відповіді при опитуванні (не менше 2 опитувань)	2x5	10
	3. Виконання навчальних завдань	3 завдання	26
	4. Доповіді з рефератами (не менше 1 реферату)	1x5	5
	5. Поточні модульні роботи (ПМР)	2x10	20
Разом			73
Самостійна робота та індивідуально-консультативна робота	1. Підготовка до практичних занять	27x1	27
	2. Вивчення окремих тем або питань, що передбачені робочою програмою для самостійного опрацювання		
	3. Виконання індивідуальних завдань, пошук та огляд літературних джерел за заданою тематикою		
Підсумковий контроль	Екзамен у випадку зароблених за семестр 90-100 балів проставляється за поточною успішністю	73+27	100
	Екзамен у випадку зароблених за семестр 60-89 балів проходить за класичною схемою	Зароблені за семестр бали + оцінка на екзамені	
Разом		100	100

Таблиця 8. Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни «Електронна комерція»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ESTC	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34		незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Таблиця 9. Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція»

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	1. Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	10
	2. Участь у предметних олімпіадах	5
	3. Участь у конкурсах на кращого знавця дисципліни	5
2. Науково-дослідна	1. Участь у наукових гуртках	2
	2. Участь у конкурсах студентських робіт: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	5
	3. Участь у наукових студентських конференціях: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	3

Розділ 8. Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни „Електронна комерція”

Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни „Електронна комерція” охоплює:

1. Прикладна програма Microsoft Publisher – для створення WEB-сторінок індивідуального сайту віртуального комерційного підприємства.
2. Загальне програмне забезпечення, до якого входить пакет програмних продуктів Microsoft Office:
 - Microsoft Office Word – текстовий процесор для створення звітів;
 - Microsoft Office Excel – табличний процесор для виконання завдання щодо розрахунку ефективності засобів Інтернет-реклами;
 - Microsoft Office Outlook – персональний комунікатор для підтримання спільної мереженої роботи;
 - Microsoft Office Power Point – застосовується для підготовки та показу презентацій;
 - Microsoft Office Access – управління базами даних;
 - Microsoft Office Project – управління проектами.
3. Спеціалізоване програмне забезпечення мережі Інтернет для комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни „Електронна комерція”:
 - Платіжні системи Paycash, Webmoney, PayPal – з метою ознайомлення студентів із схемою проведення електронних платежів;

- Внутрішньо корпоративні електронні торговельні майданчик компанії ДТЭК (tenders.dtek.com) – з метою ознайомлення студентів із схемою проведення електронних торгів;
- Електронні аукціони <http://bigl.ua/>, <http://www.ebay.com/> - з метою ознайомлення студентів із схемою проведення електронних торгів на аукціоні;

Розділ 9. Інформаційно-методичне забезпечення

ПЕРЕЛІК ОСНОВНОЇ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України: чинне законодавство України зі змінами та доповненнями станом на 5.12.13 р. Офіц. вид. – К.: Парламентське видво, 2013. – 136 с.
2. Закон України № 675-VIII Про електронні документи та електронний документообіг: чинне законодавство України зі змінами та доповненнями станом на 03.09.2015 р.- Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2015, N 45 - ст.410
3. Закон України № 1666-VIII Про електронний цифровий підпис: чинне законодавство України зі змінами та доповненнями станом на 06.10.2016 р. - Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2016, № 47 - ст.800
4. Закон України Про електронну комерцію - Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45 - ст.410
5. Податковий кодекс України. Офіц. вид. – К.: Парламентське видавництво, 2013. – 512 с.
6. Постанова правління Національного банку України № 620 „Про затвердження Правил Національної системи масових електронних платежів”: чинне законодавство України зі змінами та доповненнями станом на 10.12.2004 р. - // [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0025-05/page4>
7. Брагин Л.А. Электронная коммерция [Текст] : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. – 192 с.
8. Гаевой С. В. Применение Интернет-технологий в рекламной деятельности фирм. Украинский центр Интернет-рекламы "Echo", // [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ecworld.com.ua:8101/ic99/echo.html>.
9. Дrajниця, С. А. Електронна комерція [Текст] : навч. посібник / С. А. Дrajниця. – Львів : Новий світ-2000, 2013. – 182 с.
10. Макарова, М. В. Електронна комерція [Текст] : навч.-метод. посібник / М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк, Я.Ю. Кальченко. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 117 с.

11. Новомлинский Л.. С чего начать создание системы Электронной Коммерции, // [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.e-commerce.ru/beginning.html>.
12. Палеха, Ю. І. Інформаційний бізнес [Текст] : підручник / Ю. І. Палеха, Ю. І. Горбань. – Київ : Ліра-К, 2015. – 492 с.
13. Рейнолдс М. Электронная коммерция основы программирования - М.: Лори, 2011,- 538с.
14. Роскладка, О. В. Інформаційний бізнес [Електронний ресурс] : метод. рекомендації / О. В. Роскладка. – Полтава : ПУЕТ, 2011 . – Спосіб доступу: локальна мережа ПУЕТ. – На укр. яз.
15. Роскладка, О. В. Інформаційний бізнес [Электронный ресурс] : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / О. В. Роскладка. – Електрон. дані. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2010. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) . – Назва з контейнера. – На укр. яз.
16. Уилсон Т.. Центры электронной торговли: не может быть легких решений. Сети и системы связи. 2012, № 5, с.402-107.
17. Хурса, М. М. Електронна комерція [Електронний ресурс] : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / М. М. Хурса. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010 . – Спосіб доступу: локальна мережа ПУЕТ. – На укр. яз.
18. Хурса, М. М. Збірник ситуаційних завдань (кейс) для вивчення дисциплін: "Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг", "Електронна комерція", "Комерційна діяльність посередницьких підприємств" [Електронний ресурс] / М. М. Хурса. – 2009. – На укр. яз.

ПЕРЕЛІК ДОДАТКОВОЇ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

19. Балабанов И.Т. Электронная коммерция - С-П.: Питер, 2001,- 335с.
20. Волков С., Достов В.. Платежные механизмы современного Интернета. Мир Internet 2000, №5, с. 22-28
21. Електронна комерція та її перспективи для банківських систем України. Основні проблеми торгівлі в Інтернет / "БОСС" - №5/2000 - с. 29-31
22. Енгель П.С. та ін. Информатика та комп'ютерна техніка – К.: НМЦ "Укоопосвіта", 2000. , - 314с.
23. Карпенко Н.В., Макарова М.В., Івасенко О.А. Навчальний комплекс з дисципліни Електронна комерція – Полтава, ПУСК, 2002, -57с.
24. Козье Д., Электронная коммерция – М.: Русская редакция ,1999,- 288с.
25. Крупник А. Как продать товар и получить деньги в Интернет (введение в е-коммерцию) – М.: МикроАрт, 2000,- 240с.
26. Макарова М.В. Електронна комерція: Посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2002.-272с.

27. Медведовский И.Д., Семьянов П.В., Леонов Д.Г. Атака на Internet. - М.: ДМК., Москва, 1999.
28. Мельников В.В. Защита информации в компьютерных системах. -М.: Финансы и статистика, 1997, -364 с.
29. Моделирование бизнеса в Интернет среде / «Маркетинг в России и за рубежом» №2-2/2011 -с. 87-102
30. Сеть из «коробочки» Интернет-серверы для малого бизнеса / «Компьютерное обозрение» №3 - 1/2011 -с. 14-19
31. Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция (мировой и российский опыт) - М.: Открытые системы, 2010,- 224с.
32. Уолш Брайан. Бизнес-планирование в электронной коммерции. "Сети и системы связи" №. 1 (35) январь 1998, http://ccc.ru/magazine/depot/99_JH/read7.html.
33. Успенский И. Интернет как инструмент маркетинга - С-П.: БХВ С-Петербург, 2010, -256с.
34. Феномен маркетинга в сети Интернет / журнал «БОСС: бизнес, организации, системы», №3 - 3/2011 -с. 64-65.
35. Хенсон У., Интернет-маркетинг - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001,- 527с.
36. Шалева, О. І. Електронна комерція [Текст] : навч. посібник / О. І. Шалева. – Київ : Центр учб. л-ри, 2011. – 216 с.
37. Шарма В., Шарма Р., Разработка веб-серверов для е-коммерции - М.: Вильямс, 2001,-320с.