



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ВВпд 2;

2. Назва: Електронна комерція

3. Тип: вибіркова

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський)

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 4

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 7

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 5

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Іванченко А.М., кандидат економічних наук, доцент

9. Результати навчання: після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:

- основні поняття, положення, терміни електронної комерції та вміння їх правильно тлумачити;
- переваги, принципи та загальні методи здійснення електронної комерції;
- основні характеристики та етапи формування електронного бізнесу;
- складові частини та стадії розвитку електронного уряду держави, основні положення Національної програми інформатизації;
- механізми функціонування, переваги роботи та складові успіху на електронних ринках;
- розвиток систем Інтранет та екстранет;
- основні положення та перспективи розвитку роздрібної електронної комерції;
- інтерактивне банківське обслуговування та тенденції розвитку Інтернет-банкінгу у світі;
- особливості практичного застосування системи електронних платежів, трансакції в Інтернет;
- безпека електронної комерції.

10. Форми організації занять: навчальне заняття, самостійна робота, лабораторні роботи, контрольні заходи, тестування, індивідуальне навчально-дослідне завдання.

11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: Мікроекономіка; Теорія ймовірності і математична статистика; Оптимізаційні методи та моделі; Економіка підприємства; Менеджмент; Маркетинг; Статистика; Стратегія підприємства; Організація виробництва; Проектний аналіз; Аналіз господарської діяльності.

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** Планування і контроль на підприємстві; Економічна безпека підприємства; Фінансовий аналіз.

12. Зміст курсу: Основні поняття та положення електронної комерції. Принципи та переваги електронної комерції. Формування електронного бізнесу. Формування електронного уряду. Електронні ринки. Розвиток систем інтранет і екстранет. WEB-інтеграція. Роздрібна електронна комерція B2C. Інтерактивне банківське обслуговування. Системи електронних платежів. Безпека електронної комерції.

13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Електронна комерція: Навч. посібник / А.М. Береза та ін. – К.: КНЕУ, 2002. – 320 с.
2. Електронна комерція: Навч. посібник / Н.С. Меджибовська. – К.: 2004. – 384 с.
3. Електронна комерція. Навч.метод. посібник для сам ост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2004. – 108 с.
4. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
5. Галіцин В.К., Левченко Ф.А. Багатокористувацькі обчислювальні системи та мережі: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1997. – 408 с.
6. Гужва В.М., Постевой А.Г. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі: Навч. посібник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2002. – С.138–158, С. 201–209.
7. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція: Підручник / За ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т., 2002. – С 78-81, С. 109-110.
8. Джон Вакка. Секреты безопасности в Internet. – К.: Диалектика, 1997. – 512 с.
9. Козак І.А. Телекомунікації в бізнесі: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 340.
10. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ. – М.: Издательско-торговый дом “Русская редакция”, 1999. – 288 с.
11. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. – М.: ДМК Пресс; М.: Компания АиТи, 2003. – С.

168-176.

12. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга. – СПб.: БХВ-С.-Петербург, 2000. – 256 с.
13. Успенский И.В. Энциклопедия Интернет-бизнеса. – СПб.: Питер, 2001. – 432 с.
14. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. – СПб.: Питер, 2001. – 208 с.
15. Эмор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция: Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2002. – С. 85-87.

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

24 год. лекцій, 24 год. практичних робіт, 102 год. самостійної роботи. Індивідуальне навчально-дослідне завдання. Разом – 150 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

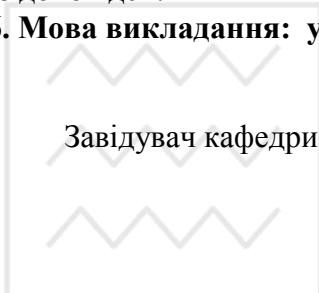
15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль (40 балів): залік письмовий в кінці 7 семестру.

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування, модульний контроль, перевірка виконаних лабораторних робіт; підготовка та презентація реферату; публікація наукових статей, тез доповідей.

16. Мова викладання: українська

 Завідувач кафедри

Н.Б. Кушнір, к.е.н, професор



TRAINING COURSE DESCRIPTION

1. **Code:** __ВВпд 2;
2. **Title:** **Electronic commerce**
3. **Type:** Required
4. **Higher education level:** I (Bachelor's degree)
5. **Educational year, when the course is offered:** 4
6. **Course studying semester:** __ 7
7. **Number of established ECTS credits:** ____ 5
8. **Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position:** Ivanchenko A.M., Ph.D., associate professor
9. **Studying outcomes:** after learning the course, student must be able to:
 - basic concepts, positions, terms of electronic commerce and able them correctly to interpret;
 - advantages, principles and general methods of realization of electronic commerce;
 - basic descriptions and stages of forming of electronic business;
 - component parts and stages of development of electronic government of the state, substantive provisions of the National program of informatization;
 - mechanisms of functioning, advantage of work and constituents of success on electronic markets;
 - development of the systems of Intranet and Extranet;
 - substantive provisions and prospects of development of retail electronic commerce;
 - interactive bank service and progress of Internet-banking trends in the world;
 - features of practical application of the system of e-Payments, transaction in the Internet;
 - safety of electronic.
10. **Organization forms of classes:** training, individual work, practical training, control measures, testing, individual teaching and research assignment.
11. • **Courses preceding the study of the specified course:** Microeconomics; Theory of probability and mathematical statistics; Optimization methods and models; Economics of enterprise; Management; Marketing; Statistics; Enterprise strategy; Production organization; Project analysis; Economic analysis.
 - **Courses studied in conjunction with the specified course (if necessary):** Planning and control at the enterprise; Economic security of the enterprise; Financial analysis.
12. **Content of the course:**

Basic concepts and provisions of e-commerce. Principles and benefits of e-commerce. Formation of e-business. Formation of e-government. Electronic markets. Development of intranet and extranet systems. WEB integration. Retail E2 Commerce B2C. Interactive Banking Services. Electronic payment systems. E-Commerce Security.
13. **Recommended editions:**
 1. Електронна комерція: Навч. посібник / А.М. Береза та ін. – К.: КНЕУ, 2002. – 320 с.
 2. Електронна комерція: Навч. посібник / Н.С. Меджибовська. – К.: 2004. – 384 с.
 3. Електронна комерція. Навч.метод. посібник для сам ост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2004. – 108 с.
 4. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
 5. Галіцин В.К., Левченко Ф.А. Багатокористувацькі обчислювальні системи та мережі: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1997. – 408 с.
 6. Гужва В.М., Постевой А.Г. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі: Навч. посібник. – 2-ге вид., доп. І перероб. – К.: КНЕУ, 2002. – С.138–158, С. 201–209.
 7. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція: Підручник / За ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т., 2002. – С 78-81, С. 109-110.
 8. Джон Вакка. Секреты безопасности в Internet. – К.: Диалектика, 1997. – 512 с.
 9. Козак І.А. Телекомунікації в бізнесі: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 340.
 10. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ. – М.: Издательско-торговый дом



“Русская редакция”, 1999. – 288 с.

11. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. – М.: ДМК Пресс; М.: Компания АиТи, 2003. – С. 168-176.

12. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга. – СПб.: БХВ-С.-Петербург, 2000. – 256 с.

13. Успенский И.В. Энциклопедия Интернет-бизнеса. – СПб.: Питер, 2001. – 432 с.

14. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. – СПб.: Питер, 2001. – 208 с.

15. Эмор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция: Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2002. – С. 85-87.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

24 hours lectures, 24 hours practical work, 102 hours individual work, individual teaching and research task. Total - 150 hours.

Methods: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, introduction of case methods, individual and group research tasks, multimedia use.

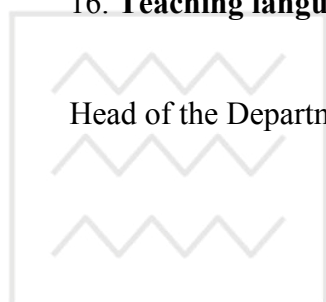
15. Forms and assessment criteria:

The assessment is carried out on a 100-point scale.

Final control (40 points): written exam at the end of the 8th semester.

Current control (60 points): testing, questioning, modular control, verification of accomplished practical tasks; Preparation and presentation of the summery; Publication of scientific articles, theses.

16. Teaching language: Ukrainian



Head of the Department