



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного господарства та природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Кафедра економічної кібернетики

06-11-04

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної,
методичної та виховної роботи

_____ О.А. Лагоднюк

“ ” _____ 2016 р.



Національний університет
водного господарства
та природокористування

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронна комерція»

Для всіх спеціальностей НУВГП

Рівне – 2016 рік



Робоча програма «Електронна комерція» для студентів за всіх спеціальностей
НУВГП. – Рівне, НУВГП, 2016, 9 с.

Розробники: Василів В.Б., к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економічної кібернетики

Протокол від “ ” 2016 року №

Завідувач кафедри економічної кібернетики

“ ” 2016 року _____ (П.М.Грицюк)
Схвалено науково-методичною радою НУВГП

Протокол від “ ” _____ 2016 року № __

“ ” _____ 2016 року Голова _____ Лагоднюк О.А.

© Василів В.Б. 2016 рік

© НУВГП, 2016 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, Спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, відповідних ECTS: 3	Для всіх спеціальностей НУВГП	Вибіркова	
Модулів: 1		<i>Рік підготовки:</i>	
Змістових модулів: 1		1-2	
Загальна кількість годин: 90		<i>Семестр:</i>	
Тижневих годин: 6 аудиторних – 2 години СРС – 4 годин	Рівень вищої освіти: магістерський	1-3	
		<i>Лекції:</i>	
		14	4
		<i>Практичні:</i>	
		-	
		<i>Лабораторні:</i>	
		16	6
<i>Самостійна робота:</i>			
60	80		
<i>Вид контролю:</i> залік			

Примітка: співвідношення кількості годин аудиторних занять і самостійної роботи становить для денної форми навчання - 33% до 67%

2. Мета та завдання вивчення дисципліни

Метою навчальної дисципліни “Електронна комерція” є формування у студентів високого рівня інформативних компетенцій щодо основних напрямків розвитку електронної комерції, способів її ведення, механізмів підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі, а також використання електронної комерції у практиці управління економічними процесами на різних ієрархічних рівнях національної економіки.

Завдання дисципліни: розуміння сутності електронного бізнесу та е-комерції; вивчення видів та моделей е-бізнесу; усвідомлення сутності системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: теоретичні основи організації та функціонування підприємств електронного бізнесу, види електронного бізнесу, особливості формування системи електронної комерції у корпоративному секторі та системи електронної комерції у споживчому секторі.

вміти: характеризувати кожний із видів електронного бізнесу, наводити приклади моделей е-комерції, створювати електронний магазин, робити покупки за допомогою електронного магазину з використанням різноманітних видів електронних платіжних систем.

Програма розрахована на студентів, які навчаються за освітньо-кваліфікаційними програмами підготовки магістрів.



3. Програма навчальної дисципліни **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Електронна комерція**

Тема 1. Основні положення електронної комерції

Основні поняття. Історія становлення. Основні сфери електронного бізнесу. Бар'єри на шляху електронної комерції. Еволюція бізнесу в Інтернет. Прямі та непрямі переваги електронної комерції. Принципи електронної комерції. Лояльність споживачів на ринку електронної комерції.

Тема 2. Формування моделі електронного бізнесу

Основні характеристики економічної моделі електронного бізнесу. Моделі електронного бізнесу. Посередницька модель. Модель передплати. Виробнича модель. Сервісна модель. Нові ролі на ринку електронної комерції. Віртуальні підприємства.

Тема 3. Електронна комерція B2B

Форма електронної комерції, яка обслуговує електронні ринки і прямі зв'язки між бізнес-партнерами. Еволюція електронної комерції B2B. Функції електронної комерції B2B. Переваги електронної комерції B2B. Перспективи розвитку електронної комерції B2B в Україні.

Тема 4. Електронні ринки

Основні поняття. Механізм функціонування електронних ринків. Розрахункові сервіси електронних ринків. Джерела доходу електронних ринків. Ризики функціонування електронних ринків. Переваги роботи на електронних ринках. Перспективи розвитку електронних ринків.

Тема 5. Електронна комерція B2C

Основні положення. Сфери застосування електронної комерції B2C. Фактори успіху роздрібною електронної комерції. Джерела доходу роздрібною електронної комерції. Перспективи розвитку роздрібною електронної комерції в Україні.

Тема 6. Інтерактивне банківське обслуговування та системи електронних платежів

Основні визначення. Приклади реалізації послуг Інтернет-банкінгу. Телефонний банкінг. Відео-банкінг. РС-банкінг. Інтернет-банкінг. Система Приват24. Тенденції розвитку Інтернет-банкінгу у світі. Трансакції в Інтернет. Основні види платіжних систем в Інтернет. Клірингові системи в Інтернет. Цифрова готівка. Старт-карти. Технології електронних грошей. Електронні чеки.

Тема 7. Безпека електронної комерції

Довіра споживачів у Web. Безпека електронного бізнесу. Захист персональної інформації в Web. Правові аспекти ведення електронного бізнесу. Страхування електронного бізнесу. Сертифікація учасників електронного бізнесу. Законодавство України в сфері електронного бізнесу.



4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	усього	у т.ч.			усього	у т.ч.		
		л	лаб	ср		л	лаб	ср
Змістовий модуль 1								
Тема 1. Основні положення електронної комерції	10	2	2	6	14	2		12
Тема 2. Формування моделі електронного бізнесу	12	2	2	8	16	2	2	12
Тема 3. Електронна комерція B2B	12	2	2	8	12			12
Тема 4. Електронні ринки	14	2	2	10	12			12
Тема 5. Електронна комерція B2C	16	2	4	10	14		2	12
Тема 6. Інтерактивне банківське обслуговування та системи електронних платежів	12	2	2	8	12		2	10
Тема 7. Безпека електронної комерції	14	2	2	10	10			10
Усього годин	90	14	16	60	90	4	6	80

5 Теми лабораторних робіт

№ п/п	Зміст лабораторних занять	Кількість год.	
		денна	заочна
1.	Принципи та переваги електронної комерції Напрямки використання Інтернет у бізнесі. Продаж товарів і послуг. Купівля товарів і послуг. Публікації. Підтримка споживачів. Дослідження конкурентів. Збір інформації.	2	
2.	Моделі електронного бізнесу Модель інформаційного посередництва . Торгова модель . Інтерактивний маркетинг. Концепції вірусного маркетингу.	2	2
3.	Електронна комерція B2B Корпоративні додатки B2B. ERP- системи. CRM- системи. SCM- системи.	2	
4.	Електронна комерція B2C Основні положення. Віртуальні магазини Software.com.ua/ Pin-shop.biz/, Інтернет аукціони eBay/ Molotok.ru/.	2	2
5.	Системи електронних платежів Приклади платіжних систем в Інтернет. Система ASSIST. Авторизація користувачів Система Клієнт-Банк. Система цифрових грошей WebMoney.	2	

6.	Інформаційні системи управління взаємовідносинами з клієнтами. CRM-система Sales Expert. Модулі системи. Ведення бази даних. Аналіз ринкових можливостей компанії. Процес комунікації з клієнтами.	2	
7.	Система розробки бізнес-планів Project Expert. Автоматизація проектування розвитку бізнесу, аналіз ризиків і ефективності інвестиційних проектів. Побудова моделі. Розроблення стратегії фінансування. Аналіз фінансових результатів. Формування та друкування звіту.	4	2
Усього годин		16	6

6. Самостійна робота

За чинним навчальним планом на вивчення дисципліни „Електронна комерція” студентам відведено 3 кредити (90 годин), в тому числі: лекції – 14 годин, лабораторні заняття – 16 годин, самостійна робота – 60 години.

Структура самостійної роботи: опрацювання конспектів лекцій – 7 годин; опрацювання звітів за лабораторними роботами – 8 годин; підготовка до контрольних заходів – 18 годин.

Число кредитів ЕСТС	Загальний обсяг дисципліни	Розподіл часу		Частка самостійної роботи, %
		Аудиторні заняття	Самостійна робота	
3	90	30	60	67

Враховуючи нормативні дані обрахунку годин самостійної роботи студента на 2016/2017 н.р. обчислимо сумарний об’єм самостійної роботи студента в семестрі:

$$S=14 \cdot 0,5 + 16 \cdot 0,5 + 3 \cdot 6 = 7 + 8 + 18 = 33 \text{ год.}$$

Перевищення передбаченої робочим навчальним планом самостійної роботи (60год) становить $60 - 33 = 27$ год. Отже, на самостійне вивчення слід виділити 14 тем.

Тематика і зміст самостійної роботи

№ з/п	Тема самостійної роботи	Короткий зміст	Кількість, год	
			денна	зф
1	Інформатика як галузь знань.	Інформаційні процеси як об’єкт пізнання інформатики.	2	2
2	Сервісне програмне забезпечення.	Файлові менеджери. Методи роботи зі стиснутими даними.	2	4
3	Офісне програмне забезпечення.	Поняття сучасного офісу. Електронний офіс та його програмно-технічна база. Інформаційна продукція сучасного офісу. Автоматизоване робоче місце.	2	4
4	Захист інформації.	Способи та методи захисту від комп’ютерних вірусів. Антивірусні комп’ютерні програми. Поняття про електронні підписи та сертифікати.	2	6

5	Геоінформаційні системи і технології.	Основні сфери застосування ГІС. Основні задачі, які вирішують ГІС. GPS – технології. Електронні карти та їх функції. Сучасне програмне ГІС – забезпечення.	2	8
6	Основні принципи створення ІС у державному управлінні.	Концепція «електронного уряду» Архітектура internet-порталів органів державного управління.	2	8
7	Соціальні мережі та перспективи їх застосування в економіці.	Соціальні мережі в Інтернет. Мережеве суспільство. Тематичні форуми.	2	8
8	Хмарні технології.	Програмне забезпечення як послуга. Інфраструктура як послуга. Приватна хмара. Публічна хмара. Хмарні обчислення.	4	8
9	Інформаційні системи комплексного аналізу фінансового стану підприємства.	Ознайомлення з функціональними можливостями інформаційних систем комплексного аналізу фінансового стану підприємства.	4	8
10	Інформаційні системи маркетингу.	Аналіз ринку і його сегментація. Позиціонування товарів, формування політики ціноутворення, вибір методів і каналі розповсюдження товарів. Marketing Expert. SWOT-аналіз	2	8
11	Інформаційні системи побудови економічних прогнозів.	Ознайомлення з сучасними інформаційними системами економічного прогнозування та технологією розв'язування задач в них.	2	8
12	Основи створення документів з обчислювальними реквізитами.	Створення комплексних документів з вбудованими розрахунковими таблицями та графіками. Технологія створення форм серійних електронних документів.	1	8
Всього годин			27	80

Звіт про самостійну роботу подається у вигляді конспекту з кожної теми, наведеної у таблиці. Оформлення – в окремому зошиті для самостійної роботи, або у вигляді додатків до конспекту лекцій.

7. Методи навчання

При викладанні навчальної дисципліни «Електронна комерція» використовується інформаційно-ілюстративний та проблемний методи навчання з застосуванням :

- лекцій у супроводі мультимедійної презентації;
- опорного роздаткового графічного матеріалу;
- індивідуальних творчих завдань при виконанні лабораторних робіт.

8. Методи контролю



Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться в письмовій формі. Контрольні завдання за змістовим модулем включають тестові питання (25 тестів, одна правильна відповідь з чотирьох запропонованих).

Контроль самостійної роботи проводиться:

- з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів;
- з лабораторних занять – на основі перевірки виконаних завдань.

Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінки.

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних заняттях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

1. Розрахункові завдання, задачі, лабораторні роботи (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0 % – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

2. Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Шкала оцінювання студентів денної форми навчання

Поточне тестування та самостійна робота							Сума
ЗМ 1 - 100							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
15	15	15	15	15	15	10	100

ЗМ 1 – змістові модулі, T1, T2 ... T7 – теми.

Шкала оцінювання

90-100	зараховано
82-89	
74-81	
64-73	
60-63	не зараховано
35-59	
1-34	



У заліково-екзаменаційній відомості результати навчання проставляються за двома шкалами – 100-бальною та національною. Позитивні оцінки виставляються тільки тим студентам, які виконали всі види навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни, і набрали за результатами поточного та підсумкового контролів не менше 60 балів.

9. Методичне забезпечення дисципліни

Методичне забезпечення навчальної дисципліни „Електронна комерція”

- інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни;
- конспект лекцій на паперовому носії;
- конспект лекцій на електронному носії;
- комплект презентацій;
- методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт.
- сайти виробників програмного забезпечення.

10. Рекомендована література

Базова

1. Меджибовська Н.С. Електронна комерція: Навчальний посібник. : -Київ ЦНЛ 2004. - 384 с.
2. Макарова М.В Електронна комерція . Навчальний посібник Київ ВЦ Академія 2002. -272 с.
3. Береза В.С. Електронна комерція . 2002 .- 328 с

Допоміжна

4. Пономаренко В.С. Електронна комерція Навчальний посібник. Київ 2004 443с.
5. Эймор, Дэниел . Электронный бизнес: эволюция и/или революция. Эймор, Дэниел : Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. –725 с.
6. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. СПб.: Питер, 2001. – 432 с.
7. Кисилев Ю.Н. Электронная комерция: практическое руководство. СПб.: ООО «ДиасСофтЮП», 2001. 204 с.
8. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. -СПб.: Питер, 2002. – 272с.
9. Эвод Илайес. Электронная комерция. Практическое руководство. СПб.: ООО «ДиасСофтЮП», 2002. 608 с.
10. Закон України про електронний документообіг./<http://www.rada.gov.ua/>
11. Закон України про цифровий підпис. /<http://www.rada.gov.ua/>

11. Інформаційні ресурси

До складу інформаційних ресурсів навчальної дисципліни входять :

1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://nbuv.gov.ua/>
2. Наукова бібліотека НУВГП – 33000, м. Рівне, вул. Олекси Новака 75 [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://lib.nuwm.edu.ua/>
<http://ep3.nuwm.edu.ua/>
3. Обласна наукова бібліотека – 33000, м. Рівне, майдан Короленко, 6, [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.lib.rv.ua/>
4. Комп’ютерне навчання продуктам і технологіям Microsoft [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.microsoft.com/learning/ru-ru/default.aspx>