

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу

Кафедра підприємництва та маркетингу

Х. В. Обельницька

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС

**Методичні вказівки
до вивчення дисципліни та самостійного вивчення дисципліни**

**Івано-Франківськ
2019**

УДК

ББК

П-

Рецензент:

Побігун С. А. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і контролінгу ІФНТУНГ

*Рекомендовано методичною радою університету
(протокол № від)*

Обельницька Х. В. Електронний бізнес: Методичні вказівки до вивчення дисципліни та самостійного вивчення дисципліни. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019.– 16 с.

Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни розроблено відповідно до робочої програми дисципліни «Контроль в підприємстві». Наведено плани лекційних і практичних занять, дискусійні запитання для самостійної підготовки студентів. Методичні вказівки призначені для використання студентами всіх форм навчання спеціальності 076 Підприємництво, торгівля, біржова діяльність» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

.

УДК

ББК

МВ

© Обельницька Х. В.

© ІФНТУНГ, 2019

УДК

ББК

П-

Рецензент:

Побігун С. А. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і
контролінгу ІФНТУНГ

Рекомендовано методичною радою університету

(протокол № від)

Обельницька Х. В. Електронний бізнес: Методичні вказівки до вивчення дисципліни та самостійного вивчення дисципліни. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019.– 16 с.

Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни розроблено відповідно до робочої програми дисципліни «Електронний бізнес». Наведено плани лекційних і практичних занять, дискусійні запитання для самостійної підготовки студентів. Методичні вказівки призначені для використання студентами всіх форм навчання спеціальності 076 Підприємництво, торгівля, біржова діяльність» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

УДК

ББК

МВ

© Обельницька Х. В.

© ІФНТУНГ, 2017

Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу

доктор економічних наук, професор

І. В. Перезова

Член експертно-рецензійної

комісії університету

С.А.Побігун

Нормоконтролер

Г. Я. Онуфрик

Інженер I категорії

Л. З. Костюк

ЗМІСТ

Вступ	5
1 Мета і завдання дисципліни	6
2 Зміст лекційних занять	7
3 Зміст практичних занять.....	9
4 Завдання для самостійної роботи.....	11
5 Перелік питань для підготовки до іспиту.....	12
6 Перелік рекомендованих джерел	15

ВСТУП

Останнім часом світ переживає черговий етап – перерозподіл акцентів з комунікаційної та інформаційно-пошукової функції глобальної комп'ютерної мережі Інтернет на ведення за її допомогою сучасного бізнесу. Комунікаційні технології змінюють саму сутність бізнес-моделей, базових процесів створення продуктів і послуг виробниками та надання їх кінцевим споживачам. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції охоплюють різну ділову активність, що використовує можливості глобальної інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірми, щоб створити прибуток.

З виникненням комунікаційних технологій швидко розвивається інформаційна сфера економіки, що перетворилася на особливу сферу масового докладання праці. За масштабами зайнятості, обсягами асигнувань цю сферу порівнюють з найбільшими галузями матеріального виробництва. Досвід показує, що в такому випадку ми маємо справу із специфічною сферою господарської діяльності, яка не схожа на все те, з чим раніше стикалося людство. Інформаційна сфера швидко розвивається технологічно й організаційно, а отже, емпіричні підходи та суто практичні рішення з удосконалення управління нею стають односторонніми і неефективними. Водночас інформаційна сфера є джерелом нових ідей в організації та веденні бізнесу, менеджменту, нових організаційних рішень. За темпами зростання вона займає одне з перших місць у світі. Для неї характерні стрімке економічне зростання або банкрутство, миттєве збагачення, нетрадиційні методи і підходи до розв'язання економічних проблем. Вивчення закономірностей її розвитку, методів і прийомів ведення економічної діяльності в інформаційній сфері є надзвичайно важливим і необхідним завданням.

1 МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення дисципліни – набуття фахівцями компетенцій щодо сучасних методів електронного бізнесу та формування цілісної системи знань з поєднання комплексу CRM-системи, ERP-системи і управління бізнес-процесами (BPM) при здійсненні підприємницької діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен демонструвати такі **результати навчання** через знання, уміння та навички:

- обробляти та трансформувати інформацію, направлену на покращення ведення підприємницької діяльності в автоматичному режимі за допомогою он-лайн-сервісів.
- опрацьовувати прайси від постачальників в автоматичному режимі, контролювати складський облік для відстеження пересування товарів, напрацьовувати бази даних клієнтів, з яких можна отримувати інформацію в кілька кліків, співставляти, аналізувати та прогнозувати доходи і витрати, автоматично ставити і контролювати завдання .
- знати структуру комплексу CRM-системи, ERP-системи і управління бізнес-процесами (BPM) підприємства.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей, передбачених відповідним стандартом вищої освіти України:

загальних:

- критичне осмислення проблем бізнесу на основі отриманих знань щодо моделей та стратегій електронного можливостей на підприємстві;
- розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань.

фахових:

- розробляти заходи, які забезпечували б підвищення ефективності комплексу CRM-системи, ERP-системи і управління бізнес-процесами (BPM) підприємства;
- прийняття управлінських рішень в процесі підприємницької діяльності щодо традиційної та електронної комерції, процесу електронних закупівель, бізнес-аналітики, використовувати інструменти інтернет-маркетингу, методи оцінки ефективності систем електронної комерції, розуміти державне регулювання у сфері електронного бізнесу

Результати навчання дисципліни деталізують такі програмні результати навчання, передбачені відповідним стандартом вищої освіти України:

- демонструвати здатність генерувати нові ідеї, приймати нестандартні рішення у процесі використання інтернет-технологій та сервісів;
- демонструвати вміння приймати економічно обґрунтовані рішення за допомогою інтернет-можливостей на всіх етапах підприємницької.

2 ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1 Теоретико-методичні основи і принципи організації моделей та стратегій електронного бізнесу

Лекція №1. Основи електронного бізнесу

1. Мережна економіка в інформаційному суспільстві
2. Що таке електронний бізнес?
3. Види електронного бізнесу.
4. Види електронних фінансових послуг.
5. Започаткування електронного бізнесу.
6. Характеристики ведення електронного бізнесу.
7. Аспекти, переваги та виклики для електронного бізнесу.

Лекція №2. Моделі та стратегії електронного бізнесу

1. Бізнес-моделі в інтернет-бізнесі.
2. Форми взаємодії в електронному бізнесі.
3. Бізнес-стратегії.
4. Пристосування стратегії електронного бізнесу до корпоративної стратегії

Лекція № 3. Роль інтернету в розвитку електронного бізнесу

1. Глобальна мережа Інтернет.
2. Основні поняття.
3. Інтернет-технології та сервіси.
4. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет.
5. Віртуальні приватні мережі.
6. Інтернет як база електронного бізнесу.

Лекція № 4. Використання електронного бізнесу

1. Зміна напряму бізнес-діяльності з переходом до електронної комерції.
2. Традиційний та електронний комерційні цикли.
3. Нові продукти в мережі.
4. Практичні приклади поєднання традиційної та електронної комерції .

Лекція № 5. Електронні закупівлі. Управління взаєминами із покупцями.

1. Особливості процесу електронних закупівель.
2. Стратегія і концепція CRM в управлінні бізнесом підприємства.
3. Інструменти CRM.
4. CRM_технології.
5. Класифікація CRM-систем

Лекція № 6. Бізнес-Аналітика

1. Бізнес-аналітика.
2. Функції та переваги (BI)
3. Технології використання BI.
4. BI vs ERP.
5. Нові тенденції розвитку BI в Україні

Лекція № 7. Електронний маркетинг і реклама

1. Концепція маркетингу в середовищі Інтернету.
2. Інструменти інтернет-маркетингу .
3. Веб-сайт підприємства як бізнес-інструмент.
4. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах

Лекція № 8. Показники вимірювання виконання в електронній торгівлі.

1. Показники вимірювання.
2. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції.
3. Економічна ефективність.
4. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства.
5. Маркетингові показники ефективності.
6. Ефективність веб-сайту.

Лекція № 9. Приватність, законність та питання податків в електронній торгівлі. Електронна торгівля і малий бізнес.

1. Державне регулювання у сфері електронного бізнесу.
2. Інтернет-магазин з погляду законодавства .
3. Права споживачів.
4. Оформлення діяльності інтернет-магазину.
5. Органи, що здійснюють контроль та нагляд .
6. Оподаткування діяльності інтернет-магазину.
7. Можливості для малого бізнесу.
8. Виклики для електронного малого бізнесу.
9. Онлайн-послуги для малого бізнесу.

3 ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття №1. Основи електронного бізнесу

Питання для обговорення:

Мережна економіка в інформаційному суспільстві Що таке електронний бізнес? Види електронного бізнесу. Види електронних фінансових послуг. Започаткування електронного бізнесу. Характеристики ведення електронного бізнесу. Аспекти, переваги та виклики для електронного бізнесу.

Практичне заняття №2. Моделі та стратегії електронного бізнесу

Питання для обговорення:

Бізнес-моделі в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Бізнес_стратегії. Пристосування стратегії електронного бізнесу до корпоративної стратегії

Практичне заняття №3. Роль інтернету в розвитку електронного бізнесу

Питання для обговорення:

Глобальна мережа Інтернет. Основні поняття. Інтернет-технології та сервіси. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет. Віртуальні приватні мережі. Інтернет як база електронного бізнесу.

Практичне заняття №4. Використання електронного бізнесу

Питання для обговорення:

Зміна напряму бізнес_діяльності з переходом до електронної комерції. Традиційний та електронний комерційні цикли . Нові продукти в мережі. Практичні приклади поєднання традиційної та електронної комерції .

Практичне заняття №5. Електронні закупівлі. Управління взаєминами із покупцями.

Питання для обговорення:

Особливості процесу електронних закупівель. Стратегія і концепція CRM в управлінні бізнесом підприємства. Інструменти CRM. CRM_технології. Класифікація CRM-систем

Практичне заняття №6. Бізнес-Аналітика

Питання для обговорення:

Бізнес-аналітика. Функції та переваги (BI) Технології використання BI. BI vs ERP. Нові тенденції розвитку BI в Україні

Практичне заняття №7 Електронний маркетинг і реклама

Питання для обговорення:

Концепція маркетингу в середовищі Інтернету. Інструменти інтернет-маркетингу . Веб-сайт підприємства як бізнес-інструмент. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах

Практичне заняття №8. Показники вимірювання виконання в електронній торгівлі

Питання для обговорення:

Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Маркетингові показники ефективності. Ефективність веб-сайту.

Практичне заняття №9. Приватність, законність та питання податків в електронній торгівлі. Електронна торгівля і малий бізнес

Питання для обговорення:

Державне регулювання у сфері електронного бізнесу. Інтернет-магазин з погляду законодавства . Права споживачів. Оформлення діяльності інтернет-магазину. Органи, що здійснюють контроль та нагляд . Оподаткування діяльності інтернет-магазину. Можливості для малого бізнесу. Виклики для електронного малого бізнесу. Онлайн-послуги для малого бізнесу.

4 ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання

Уявіть, що ви зайняли посаду директора з маркетингу інтернет-магазину. Ваше завдання – проаналізувати ситуацію і запропонувати варіант рішення. Ви повинні навести маркетингове обґрунтування її ефективності. Як перетворити відвідувачів магазину на покупців?

Беручи до уваги наявність таких ресурсів та інструментів, як:

- редакційна команда, що працює над наповненням ресурсу;
- CRM та експерти, які вміють її впроваджувати;
- центр прийому замовлень;
- відділ закупівель і планування продажів;
- відділ логістики.

Запропонуйте річну маркетингову стратегію інтернет-магазину, з тим щоб у кінці першого року роботи максимально наблизити магазин до поставлених на раді директорів цілей.

Оцініть річний маркетинговий бюджет, потрібний для реалізації вашої стратегії.

5 ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ

1. Назвіть основні характеристики бізнес моделей B2B, B2C, C2C, C2B, B2A, C2A, G2A, G2G, B2G та G2B.
2. Яка із вищезазначених бізнес-моделей є найрозвиненішою в Україні? Яка бізнес-модель є найменш розвинуеною в Україні? Поясніть свою думку.
3. Проаналізуйте взаємодію суб'єктів в електронному бізнесі.
4. Опишіть форми взаємодії в електронному бізнесі.
5. Як поділяються бізнес-стратегії в електронному бізнесі?
6. На які категорії поділяють фірми в електронному бізнесі?
7. Охарактеризуйте інноваційні форми стратегії компаній.
8. Які актуальні проблеми потрібно розв'язати на сьогоднішній
9. час?
10. Дайте коротку характеристику основних понять Інтернету.
11. Що являє собою сьогодні глобальна мережа Інтернет?
12. Опишіть технології та способи використання Інтернету.
13. Охарактеризуйте відмінності між Інтранетом та Екстранетом.
14. Проаналізуйте технологію віртуальних приватних мереж.
15. Як поділяють мережі за призначенням VPN?
16. Які переваги й недоліки VPN?
17. Які основні напрями використання Інтернету для
18. електронного бізнесу?
19. Чому без Інтернету та розвитку інтернет-технологій і сервісів розвиток електронного бізнесу неможливий?
20. Охарактеризуйте системи в масштабах підприємства чи будь-які інформаційні системи, які розгортаються в межах підприємства.
21. Опишіть систему ERP та дайте їй коротку характеристику.
22. Для чого використовують колаборативні і внутрішні системи підприємства?
23. Наведіть приклад співпраці (колабораціонізм) з клієнтами.
24. У чому полягає співпраця з постачальниками?
25. У чому полягає співпраця з персоналом?
26. У чому полягає співпраця з конкурентами?
27. Опишіть правила безпеки платежів в Інтернеті.
28. У чому полягають інформаційна безпека та система захисту мереж?
29. Охарактеризуйте джерела розповсюдження загроз в інформаційній безпеці.
30. Наведіть приклад факторів впливу безпеки на комп'ютерні мережі.
31. Дайте коротку характеристику систем захисту мереж.
32. Які системи потрібно використовувати для надійності збереження інформації?
33. Охарактеризуйте призначення протоколів захисту комерційної інформації в глобальній мережі.
34. Дайте коротку характеристику готівкових розрахунків.
35. Опишіть види платіжних систем.
36. Проаналізуйте системи, які використовують Smart-card.

37. Охарактеризуйте операції з електронними грошима.
38. Назвіть переваги й недоліки цифрових грошей.
39. Охарактеризуйте продаж товарів за допомогою електронних магазинів.
40. Дайте коротку характеристику електронних аукціонів.
41. Опишіть електронні торговельні майданчики та принцип їхньої роботи.
42. Як здійснюють електронний продаж товарів?
43. Запитання для самоперевірки
44. Назвіть різницю між етапами традиційного та електронного продажу.
45. Як змінюється ланцюжок між учасниками торговельного процесу при використанні електронного бізнесу?
46. Назвіть методи використання Інтернету підприємствами для отримання прибутку в мережі.
47. Дайте визначення поняття лояльності клієнтів до підприємства.
48. Яку роль відіграють засоби комунікації з клієнтом у реалізації CRM-концепції підприємства?
49. Проаналізуйте результати для бізнесу від реалізації клієнт-орієнтованого підходу.
50. Охарактеризуйте основні принципи ІТ, які підтримують CRM-стратегію.
51. Порівняйте використання різних CRM-технологій: їх головне завдання; автоматизацію бізнес-процесів, ІТ-інструменти, які використовуються.
52. Охарактеризуйте джерела накопичення інформації з історії взаємовідносин з клієнтом у CRM-системі.
53. Яке призначення інформації з історії взаємовідносин?
54. Назвіть ключові можливості для бізнес-аналізу.
55. Які переваги в роботі надають інструменти бізнес-аналізу порівняно з традиційними?
56. Проаналізуйте переваги, недоліки та зв'язок з аналізом даних BI та ERP.
57. Як оцінити ефективність запровадження інструментів бізнес-аналізу?
58. Якими засобами в Інтернеті можна проводити маркетингові дослідження?
59. Опишіть основні методи маркетингових досліджень в мережі Інтернет.
60. Назвіть основні форми реклами інтернет-маркетингу.
61. Що таке банер?
62. Які основні методи реклами слід використовувати при рекламі електронного магазину?
63. Як знайти цільову аудиторію для поширення електронних повідомлень?
64. У чому полягає основна особливість маркетингу в Інтернеті?
65. Дайте визначення ефективності електронної торгівлі.
66. Назвіть критерії ефективності електронної торгівлі.
67. Як визначається економічна ефективність електронної торгівлі?
68. Назвіть показники електронної торгівлі.
69. Які аспекти ефективності електронної торгівлі характеризують маркетингові показники?
70. Яке правове підґрунтя для здійснення електронної комерції існує в Україні?
71. Як законодавчо забезпечуються права споживачів онлайн-послуг?
72. В якості яких суб'єктів господарської діяльності можуть бути зареєстровані

інтернет-магазини?

73. Назвіть органи державного контролю та нагляду за діяльністю інтернет-магазинів.
74. Як власники інтернет-магазинів гарантують безпеку збереження персональних даних клієнтів?
75. Охарактеризуйте сучасний стан ринку електронної комерції у світі та в Україні.
76. Який онлайн-сервіс для підтримки малого і середнього бізнесу існує в Україні?
77. Проаналізуйте сучасні виклики для малого та середнього бізнесу в мережі Інтернет.

6 ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література:

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 р. №2664_111 // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №1. – С. 1.
2. Закон України «Про електронну комерцію» № 675_VIII від 03.09.2015 р. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/675_19.
3. Цивільний Кодекс України. Закон України// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№40–44, с. 356.
4. Закон України «Про захист персональних даних» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, №34, с. 481.
5. Аалст ван дер В. Управление потоками работ: модели, методы и системы / Вил ванн дер Аалс, Кейс ванн Хей ; пер. с англ. В. А. Башкина, И. А. Ломазовой ; под ред. И. А. Ломазовой. – М. : Физматлит, 2007. – 315 с. : ил.
6. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. Алексунин, В. Родигина. – М.: Дашков и Ко, 2005. – 216 с.
7. Ананьев О. М. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності: Підручник /О. М. Ананьев, В. М. Білик, Я. А. Гончарук. – Львів: Новий світ, 2006. – 584 с.
8. Апопій В. В. Організація торгівлі. Підручник 3_тє вид. / В. В. Апопій, І. П. Міщук; за редакцією В. В. Апопія. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 632 с.
9. Балабанов И. П. Электронная коммерция / И. П. Балабанов. – СПб.: Питер, 2004. – 336 с.
10. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е_комерція): навчальний посібник / А. М. Грехов. – К.: Кондор, 2008. – 302 с.
11. Дергачова В. В. Глобалізація бізнесу та Інтернет_маркетинг: перспективи і проблеми: [монографія] / В. В. Дергачова, О. О. Скибіна / Дон ДУЕТ ім. М. Туган_Барановського. Донецьк, 2007. – 216 с.

Додаткова література

1. Драчов В. Мобільна торгівля як один з перспективних напрямків електронної торгівлі / В. Драчов // Журнал європейської економіки. – 2005. – Т. 4, червень. – С. 242–255.
2. Кобелев О. А. Электронная коммерция / О. А. Кобелев, Г. Я. Резго, В. И. Скиба /под ред. С. В. Пирогова. – М.: Изд. дом «Социальные отношения»; Перспектива, 2003. – 428 с.
3. Коваленко О. Розвиток підприємництва в Інтернет_торгівлі /О. Коваленко // Вісник КНЕУ. – 2005. – №6. – С. 2833.
4. Литовченко І. Л. Інтернет_маркетинг: навчальний посібник /І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
5. Макарова М. В. Електронна комерція: Посібник для студ. вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 272 с.

6. Ньюзлл М. В. Управление проектами для профессионалов. руководство по подготовке к сдаче сертификационного экзамена; Пер.с англ. /Майкл В. Ньюзлл. – М.: КУДИЦ_ОБРАЗ, 2006. – 416 с.
7. Риддерстрале Й. Караоке – капитализм. Менеджмент для человечества. / Йонас Риддерстрале, Кьелл Нордстрем [пер. с англ.]; С_Пб.: «Манн, Иванов и Фебер», 2008. – 328 с.
8. Современная логистика / [Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Дэниэль Л. Вордлоу, Поль Р. Мерфи_мл.] ; [пер. с англ.]. – [7_е издание]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
9. Тидвелл Дж. Разработка пользовательских интерфейсов. /Дженифер Тидвелл. – 2_е изд. СПб.: Питер, 2011. – 474 с.
- 10.Эймор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция /Д. Эймор. [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. –752 с.
- 11.Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. /О. І. Шалева.– К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
- 12.Ярова І. Інтернет як інструмент просування продукціїпромислових підприємств / І. Ярова. // Економіка України. – 2006.– №3, с. 48–54.
- 13.Платформа «Prometheus» – громадський проект масових відкритих онлайн-курсів - Електроний ресурс. - Режим доступу: <https://prometheus.org.ua/>