

**ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ**

Кафедра маркетингу і контролінгу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор інституту економіки та
управління у нафтогазовому
комплексі

_____ Л. Т. Гораль

« ___ » _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління в е-бізнесі

спеціальність 076 Підприємництво, торгівля і біржова діяльність

інститут, факультет Інститут економіки та управління в нафтогазовому комплексі
(назва інституту, факультету)

Івано-Франківськ
2016 - 2018 навчальний рік

Робоча програма з дисципліни «Управління в е-бізнесі» для студентів за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля і біржова діяльність. 30 серпня 2016 року. 9с.

Розробники:

к.е.н., доцент Побігун С.А.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу і контролінгу

Протокол від « 30 » серпня 2016 р. № 1

Завідувач кафедри маркетингу і контролінгу

_____ (І. В. Перезова)
(підпис) (ініціали та прізвище)

© ІФНТУНГ, 2016 рік
© С.А.Побігун, 2016 рік

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни: формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі.

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.

2. СКЛАД І СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1

СКЛАД І СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Курс та семестр за робочим навчальним планом	5 курс, 9 семестр	Всього
Кількість кредитів ECTS	3	3
Кількість семестрових модулів	2	2
Повний обсяг часу, год.	90	90
В тому числі кількість аудиторних занять, год.	36	36
З них, год.	лекційних	18
	лабораторних	
	Практичних (семінарських)	18
Види завдань та робіт (РГР, РПР, КР, КП)	0	0
Обсяг часу на СРС, год.	54	54
Індивідуальна робота, год.		
Підсумкова форма контролю		
I – екзамен	3	3
З - залік		

РОЗПОДІЛ ЗА СЕМЕСТРАМИ ТА МОДУЛЯМИ

№	Найменування змістових модулів	Кількість годин (ауд. / СРС)		
		Лекції	Лабораторні заняття	Практичні заняття (семінарські заняття)
Семестровий модуль 1				
1	Розвиток інформаційної економіки в умовах побудови інформаційного суспільства	2		2
2	Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу	2		2
3	Види електронного бізнесу	2		2
4	Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною торгівлею	2		2
5	Моделі електронної комерції	2		2
Семестровий модуль 2				
6	Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція	2		2
7	Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, послуги і Інтернеті.	2		2
8	Електронні платіжні системи	2		2
9	Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами	2		2
Всього:		18		18

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1

Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції

Лекція №1. Розвиток інформаційної економіки в умовах побудови інформаційного суспільства. (Джерело: Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.)

Лекція №2. Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу. (Джерело: Плескач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. – К.: Знання, 2007. – 535 с.)

Лекція № 3. Види електронного бізнесу. (Джерело: Плескач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. – К.: Знання, 2007. – 535 с.)

Лекція № 4. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною торгівлею. (Джерело: Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.)

Лекція №5. Моделі електронної комерції. (Джерело: Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.)

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2 Системи електронної комерції у споживчому секторі

Лекція № 6. Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція. (Джерело: Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.)

Лекція № 7. Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, послуги і Інтернеті, телеработа. (Джерело: Меджибовська Н.С. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: ЦУЛ, 2004. - 384 с.)

Лекція № 8. Електронні платіжні системи. (Джерело: Плескач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. – К.: Знання, 2007. – 535 с.)

Лекція № 9. Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами. (Джерело: Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.)

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу.	4
2	Види електронного бізнесу. Створення електронного магазину. Маркетинг в електронній комерції	4
3	Моделі електронної комерції.	4
4	Системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі..	4
5	Віртуальні підприємства	2
	Разом	18

Самостійна робота

Перелік питань для самостійної роботи

1. Розвиток інформаційної економіки в умовах побудови інформаційного суспільства
2. Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу
3. Види електронного бізнесу

4. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною торгівлею
5. Моделі електронної комерції.
6. Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція
7. Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, послуги і Інтернеті, телеработа
8. Електронні платіжні системи
9. Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами

Індивідуальні завдання

Індивідуальним завданням з дисципліни «Управління в е-бізнесі» є комплексне завдання, що виконується студентами самостійно при консультуванні викладачем.

Метою індивідуальної роботи є придбання студентами досвіду в дослідженні актуальних проблем управління підприємством, розширення професійних знань, отриманих в процесі вивчення дисципліни, формування практичних навичок ведення самостійної дослідницької роботи.

В процесі виконання індивідуальної роботи студент повинен продемонструвати вміння:

- формулювати мету і завдання роботи;
- обґрунтовувати методи вирішення поставлених завдань;
- розробляти структуру роботи;
- працювати з літературними джерелами та статистичними даними;
- виявляти проблеми в рамках досліджуваної теми;
- формулювати результати своєї роботи і давати їм оцінку.

Рекомендовані теми індивідуальних завдань:

1. Українська реальність та перспективи інформаційної економіки України.
2. Інтернет – новий глобальний ринок й унікальний маркетинговий інструмент.
3. Інвестиційна привабливість українського Інтернет-бізнесу.
4. Особливості конкуренції на Інтернет-ринку.
5. Перехід бізнес-процесів до Інтернет-простору.
6. Бізнес в Інтернеті: від простого веб-сайту до інформаційного порталу.
7. Організація бізнесу в Інтернеті, секрети успіху.
8. Технологія розробки Інтернет-проектів.
9. Проблеми впровадження Інтернет-проектів.
10. Сутність та зміст електронного бізнесу.
11. Історія виникнення електронного бізнесу.
12. Еволюція бізнесу в Інтернеті.
13. Правові аспекти бізнесу в Інтернеті.
14. Електронний бізнес та державні структури.
15. Електронна комерція як основа електронного бізнесу.
16. Сутність та зміст електронної комерції.
17. Віртуальна організація як нова форма організації бізнесу.
18. Торгівля товарами та послугами через віртуальний магазин.
19. Технологія торгівлі у віртуальному магазині.

20. Правова основа електронної комерції.
21. Сучасний стан та перспективи розвитку електронного урядування.
22. Системи електронних переказів в Інтернеті.
23. Банківські послуги шляхом Інтернету.
24. Класифікація видів Інтернет-послуг.
25. Дистанційне навчання як вид електронного бізнесу.
26. Телеробота: глобальні зміни на ринку праці.
27. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні.
28. Вплив електронного бізнесу на життя суспільства.
29. Подібність та відмінність традиційного та віртуального магазинів.
30. Класифікація пластикових карт. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті

Таблиця 4

РОЗПОДІЛ БАЛІВ (КРЕДИТІВ ECTS)

Семестровий модуль № 1			Семестровий модуль № 2		
Вид роботи	К-сть балів	К-сть кредитів	Вид роботи	К-ть балів	К-ть кредитів
Модульна контрольна робота № 1	20	0,6	Модульна контрольна робота № 2	20	0,6
Накопичувальна частина дисципліни: виконання поточних контрольних робіт	30	0,9	Накопичувальна частина дисципліни: виконання поточних контрольних робіт	30	0,9

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Система оцінювання знань студентів

Види робіт, що контролюються	Номер контролю	Максимальна кількість балів
1. Засвоєння модуль програмного матеріалу дисципліни	М 1	20
	М 2	20
2. Практичні заняття: М 1: П 1.1, П 1.2, П 1.3, П 1.4, П 1.5	1,2,3	10, 10, 10
	М 2: П 2.1, П 2.2., П 2.3, П 2.4	10, 10, 10
Всього:		100 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Для оцінки якості засвоєння дисципліни в РСО запроваджена 100 бальна шкала.

Шкали оцінювання та визначення навчання наведені в наступній таблиці:

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS	Рекомендована система оцінювання
Відмінно	90-100	A	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100 (відмінно)
Добре	82-89	B	Дуже добре - вище середнього рівня з кількома помилками	75-89 (добре)
	75-81	C	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	
Задовільно	67-74	D	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	60-74 (задовільно)
	60-66	E	Достатньо - виконання задовольняє мінімальні критерії	
Незадовільно	35-59	FX	Незадовільно - потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або складати екзамен	35-59 (незадовільно із можливістю повторного складання екзамену)
	0-34	F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота	0-34 (незадовільно із обов'язковим повторним вивченням модуля)

5. ЛІТЕРАТУРА

1. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с
2. Електронна комерція: Навч. посібник / А.М. Береза, І.А. Коваль, Ф.А. Левченко та ін. – К.: КНЕУ, 2002. – 326 с.
3. Електронна комерція. /Навчально-методичний посібник для СВД. /Береза А.М., Козак А., Левченко Ф.А., Гужва В.М., Трохименко В.С. К : КНЕУ, 2004. - 108 с.
4. Макарова М.В. Електронна комерція / Макарова М.В. – К.: Вид. центр „Академія”, 2002. – 272 с.
5. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. – К.: Знання, 2007. – 535 с.
6. Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.

Законодавчі та нормативні акти

1. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України. – К: Преса України, 1997. – 80 с.
2. Закон України „Про телекомунікації” від 18.11.03 р., № 1280-IV. – К., 2003.
3. Закон України „Про інформацію” від 2.10.92 р., № 1280-IV // Відомості Верховної Ради України. – Офіц. Вид. – К.: Парламентське вид-во, 2003. – № . – С.
4. Закон України „Про електронний документообіг” від 22.05.2003 р., № 851-IV.

Допоміжна

1. Апатова Н.В. Теория информационной экономики / Апатова Н.В. – Симферополь: ЧП Бондаренко, 2005. – 336 с.
2. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 3. – С. 51-63.
3. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии / Стрелец И.А. – М.: Экзамен, 2003. – 256 с.
4. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса / Успенский И. – СПб: Питер, 2001. – 432 с.
5. Холмогорок В. Интернет-маркетинг: краткий курс / Холмогорок В. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер, 2002.
6. Хейг М. Основы электронного бизнеса / Хейг М.; пер. с англ. С. Косихина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.
7. Меджибовська Н.С. Електронна комерція: навч. посіб. - К.: ЦУЛ, 2004. - 384 с.