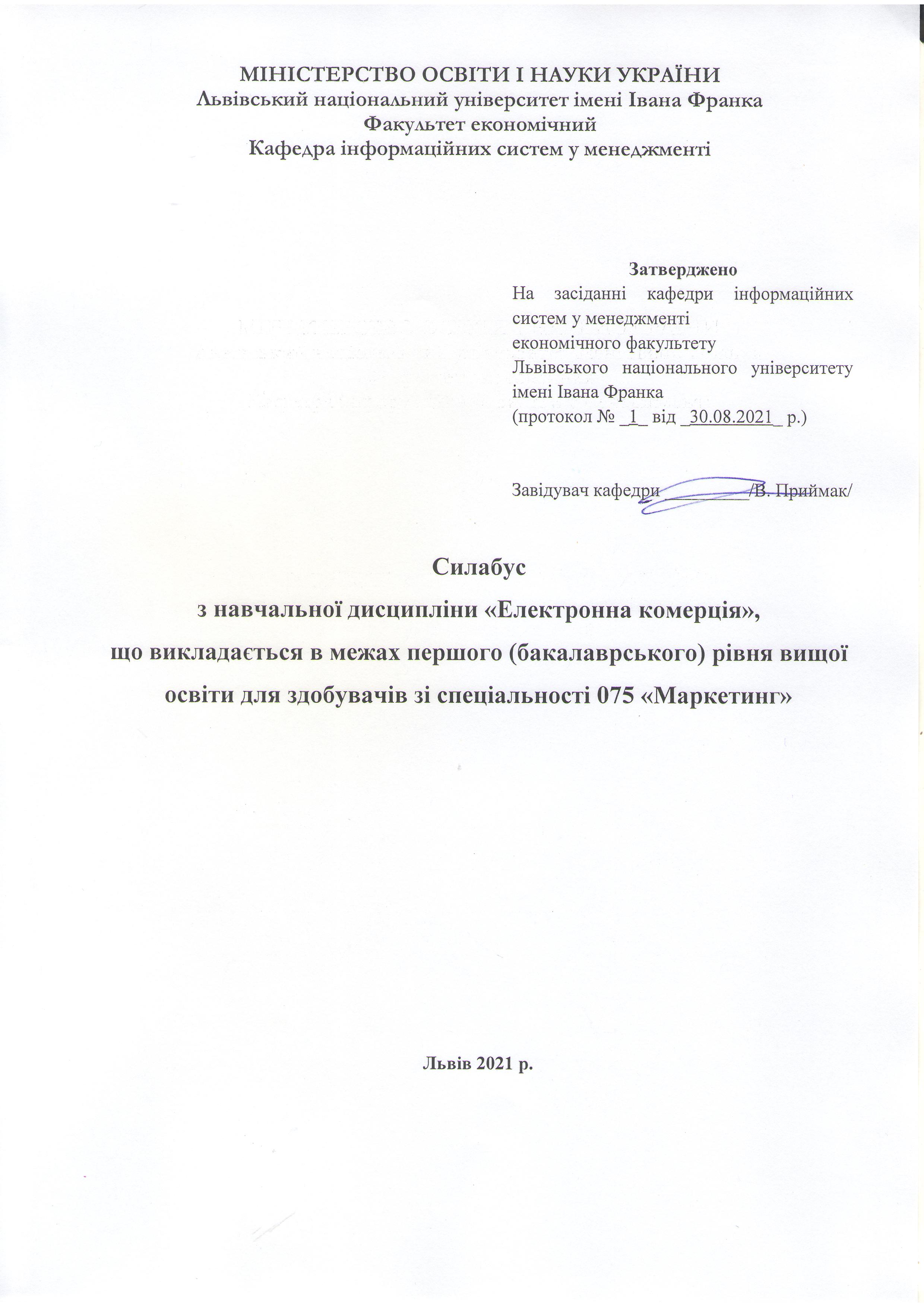
****

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва дисципліни** | Електронна комерція |
| **Адреса викладання дисципліни** | м. Львів, проспект Свободи, 18 |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Економічний факультет, кафедра інформаційних систем у менеджменті |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  спеціальності 075 «Маркетинг» |
| **Викладачі дисципліни** | Белз Олександра Григоврівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри інформаційних систем у менеджменті |
| **Контактна інформація викладачів** | oleksandra.belz@lnu.edu.ua, econom.lnu.edu.ua/employee/belz-o-h |
| **Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються** | Консультації в середовищі MS Teams. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача |
| **Сторінка курсу** |  |
| **Інформація про дисципліну** | Курс розроблено таким чином, щоб надати учасникам необхідні знання для вивчення теоретичних і практичних засад створення проектів електронної комерції, проведення електронних платежів, організації захисту інформації, створення контекстної реклами |
| **Коротка анотація дисципліни** | Дисципліна «Електронна комерція» є нормативною дисципліною з спеціальності 075 «Маркетинг» для освітньої програми підготовки бакалаврів, яка викладається в 8 семестрі в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS) |
| **Мета та цілі дисципліни** | Метою вивчення дисципліни «Електронна комерція» є надання теоретичних і практичних знань щодо виконання комерційних угод з використанням електронних засобів. Дисципліна дає ґрунтовні теоретичні знання i практичні навики створення та ведення проектів електронної комерції |
| **Література для вивчення дисципліни** | **Базова**   1. Белз О. Г. Основи електронного бізнесу: навч. посіб / Олександра Белз / Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 176 с.   **Допоміжна**   1. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» – 2015. – 264 с. 2. 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. 3. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. / О. І. Шалева. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.   **Інформаційні ресурси**   1. Youtube-канал Дмитра Кота. URL: www.youtube.com/channel/UCgee5NZ-mdfNkrAOokgEccg 2. Блог eLama. URL: elama.ru/blog/ 3. Блог ppcworld. URL: ppc.world 4. Блог WebPromoExperts. URL: webpromoexperts.net 5. Блог Zushi Pletnev. URL: www.zushipletnev.com/blog/ 6. Блог Артема Мазура. URL: artemmazur.ru/vse-stati-bloga/ 7. Блог Даниила Шардакова. URL: shard-copywriting.ru/all-articles/ |
| **Обсяг курсу** | **90** годин, з них: 28 годин лекцій, 28 годин лабораторних занять та 34 годин самостійної роботи |
| **Очікувані результати навчання** | Після завершення цього курсу студент буде:   * **Знати**: місце та роль електронної комерції в інформаційному секторі економіки; моделі електронної бізнесу; переваги електронної комерції; платіжні системи в Internet; інструментарій створення інтернет-проектів; методи та заходи захисту інформації від випадкового пошкодження; місце та роль реклами та маркетингу в проектах електронної комерції; особливості ведення бізнесу на маркетплейсах * **Вміти**: розробляти іnternet-проекти електронної комерції засобами WordPress; просувати сайти засобами контекстної реклами; створювати рекламні проекти в середовищі Photoshop |
| **Ключові слова** | Електронна комерція, інтернет-маркетинг, інтернет-магазин, платіжні системи в Інтернеті, **CMS-систем,** психологічні тригери, конверсія, цільовий трафік, сторінка приземлення, CTR, протокол SSL, дайджест повідомлення, маркетплейс, дропшипінг |
| **Формат курсу** | Очний |
| **Теми** | Подано у Схемі курсу |
| **Підсумковий контроль, форма** | Залік в кінці семестру |
| **Пререквізити** | Вивчення дисципліни «Електронна комерція» вимагає знань з дисципліни «Інформатика», «Основи економічної науки», «Мікроекономіка», «Макроекономіка» |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу** | Лекції з використанням презентацій, демонстрація роботи з програмними системами та інтернет-сервісами |
| **Необхідне обладнання** | Вивчення курсу потребує використання такого програмного забезпечення: Photoshop, WordPress з плагінами електронної комерції, OpenCart, низки інтернет-сервісів |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:  • лабораторні: 50% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 50  • контрольні заміри (модулі): 50% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 50    Підсумкова максимальна кількість балів – 100 |
| **Питання до заліку чи екзамену.** | 1. Механізми підтримки електронного бізнесу: 2. Електронний бізнес – це: 3. Електронна комерція – це: 4. Моделі бізнес-взаємодії: 5. Віртуальне підприємство це: 6. Електронний бізнес передбачає: 7. Переваги електронного бізнесу: 8. Переваги інтернет-маркетингу: 9. Електронний гаманець – це: 10. Електронні гроші – це: 11. Смарт-картка – це: 12. Скретч-картка – це: 13. Типи платіжних карток, які використовують для розрахунків у мережі Інтернет: 14. Платіжна система в Інтернет – це: 15. Банк-емітент – це: 16. Банк-екваєр – це: 17. Процесінговий центр платіжної системи – це: 18. Розрахунковий банк платіжної системи – це: 19. Традиційна платіжна система – це: 20. Приклади українських платіжних систем з електронною готівкою: 21. Електронні чеки – це: 22. Способи оплати у межах мережі Інтернет: 23. Приклади платіжних систем з кредитними картками: 24. Приклади платіжних систем з дебетними картками: 25. Приклади віртуальних кредитних карток: 26. Приклади міжнародних платіжних систем з електронною готівкою: 27. Вимоги до платіжних систем в Інтернет: 28. Процедура адміністрування бази даних у проектах електронного бізнесу передбачає: 29. Процедура ідентифікації в проектах електронного бізнесу передбачає: 30. Способи створення проектів електронного бізнесу: 31. Python – це: 32. Система управління контентом – це: 33. Web-сервер – це: 34. Найбільш популярні web-сервери: 35. Локальний web-сервер – це: 36. **CMS-системи виконують такі функції:** 37. До універсальних **CMS-систем належать:** 38. До спеціалізованих **CMS-систем належать:** 39. Конверсія – це: 40. Цільовий трафік– це: 41. Сторінка приземлення – це: 42. CTR – це: 43. CTB – це: 44. CTI – це: 45. CPC – це: 46. CPM – це: 47. CPA – це: 48. CPL – це: 49. PPC – це: 50. кі протоколи не використовують для захисту інформації в електронному бізнесі: 51. Протокол SSL передбачає встановлення такого програмного забезпечення: 52. Встановлення якого програмного забезпечення не вимагає реалізація протоколу SET: 53. Стандарт SPA/UCAF працює з: 54. Програмні методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації: 55. Симетричне шифрування або шифрування з таємним ключем – це шифрування за такою схемою: 56. Асиметричне шифрування або криптографія з відкритим ключем – це шифрування за такою схемою: 57. Дайджест повідомлення – це: 58. Нова версія протоколу SSL має назву: 59. У протоколі SET всі учасники обмінюються: 60. Розробником стандарту CAP (Chip Authentication Program) є фірма: 61. Розробником стандарту DPA (Dynamic Password Authentication) є фірма: 62. Методи та заходи захисту інформації від випадкового пошкодження чи знищення інформації: 63. Методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації: 64. Методами керування доступом з метою захисту інформації в мережі Інтернет є: 65. Методами розширення парольного захисту в мережі Інтернет є: 66. Біометричні методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації: 67. Адміністративні методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації: 68. Технічні методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації: 69. Модель 3-D Secure реалізована на основі таких 3-х доменів 70. Маркетплейс – це: 71. Дропшипінг – це: 72. Підготовка до продаж на маркетплейсі Розетка передбачає: 73. Існують такі стратегії торгів на Amazon: 74. Лістинг Amazon – це: 75. Причини видалення оголошень на OLX: |
| **Опитування** | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу |