****

|  |  |
| --- | --- |
| **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 |