

Назва дисципліни	Основи електронної торгівлі
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу. Денне відділення. Спеціальність «Міжнародні економічні відносини». Освітня програма «Міжнародна електронна комерція» 1 курс, 2-й навчальний семестр (магістратура)
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи Викладачі, які забезпечують навчальний процес: ст. викладач Походенко Борис Олексійович.
Попередні умови для вивчення дисципліни	Наявність фахових знань студентів, спроможність до аналізу та синтезу; здатність до практичного застосування теоретичних знань
Опис	Мета дисципліни. Формування у студентів необхідного рівня теоретичних та практичних професійних знань з методів та засобів електронної торгівлі, а також теорії та практики використання методів та засобів електронної торгівлі у бізнесі. Завдання дисципліни – вивчення методологічних та методичних принципів та інструментів побудови та функціонування систем електронної комерції в сучасних умовах розвитку ринкового середовища. Очікувані результати навчання. Студенти повинні знати: -основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі; -системи безпеки, які використовуються при розрахунках через глобальну мережу; -бізнес моделі електронної комерції; -технології віртуального ринку, що застосовуються при створенні спільного ринку та Internet-магазину. Влаштування і принципи функціонування віртуальних крамниць; -принципи проведення розрахунків у платіжних системах. Платіжні та фінансові системи Internet; -технологію електронних платежів та доставки товарів; -економічні та правові основи організації ЕК.

вміти: - аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію в галузі електронної комерції;
-застосовувати типові комерційні сценарії (on-line вітрина; інтернет сайт; віртуальні універсальні магазини (моли); пошукові агенти; віртуальні перепродавці; фінансові посередники; місцеві виробники товарів та бартерні мережі.) та бізнес моделі ЕК (модель реклами, модель інформаційного посередництва, модель передплати, модель спільноти, модель об'єднання. модель бракеражу, модель оптового продавця, модель виробника.)
- обґрунтовувати прогностичні оцінки;
-здійснювати закупівлі в Інтернет з використанням різнотипних електронних платіжних систем.

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції.

Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції.

Тема 3. Організація і технологія роботи Internet-магазину.

Тема 4. Організація продажу товарів через Internet-аукціони.

Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики.

Тема 6. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції.

Тема 7. Організація надання послуг в електронній комерції.

Тема 8. Маркетинг і реклама в мережі Internet.

Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.

Методи контролю результатів навчання

Присутність на лекціях, наявність конспектів, опитування та письмові завдання на семінарах (практичних), проведення екзамену.

Мова викладання. Українська