

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

з дисципліни

Інформаційні системи та технології

галузь знань	29 «Міжнародні відносини»
спеціальність	292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма	«Міжнародна електронна комерція»
спеціалізація	_____
вид дисципліни	обов'язкова факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: доц. Кривцова А. С.

1. Навчальний контент:

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.

Тема 1. Поняття електронної комерції.

Постіндустріальна концепція розвитку товариства. Головний капітал в інформаційному суспільстві. Формування інформаційної економіки. Глобальні комп'ютерні мережі. Промислова революція. Визначення «електронної комерції». ЗУ Про електронну комерцію.

Тема 2. Структура ринку електронної комерції.

Сектор B2B. Сектор B2C. Сектор B2G. Сектор C2B. Сектор C2C. Сектор C2G. Сектор G2B. Сектор G2C. Сектор G2G.

Тема 3. Чинники зниження витрат в бізнес-моделях електронної комерції.

Електронна торгівля. Мережеві спільноти. Зниження витрат на отримання маркетингової інформації. Зниження витрат на рекламу, на внутрішні і зовнішні комунікації, на оренду офісних приміщень, організацію робочих місць і т. д. Використання дешевої робочої сили. Зниження витрат на закупівлі товарів і послуг.

Тема 4. 12 правил Мережевої економіки.

Закон зв'язку. Закон повноти або ефект «факсу». Закон нелінійного успіху. Закон переломних точок. Закон віддачі і позитивного зворотного зв'язку. Закон зворотного ціноутворення. Закон щедрості. Закон відданості мережі. Закон спуску до вершини. Закон заміщення матеріального мережеве. Закон стабільної нерівноваги. Закон неефективності.

Тема 5. Інтернет-маркетинг.

Визначення Інтернет-маркетингу. Об'єкт і суб'єкт маркетингової діяльності. Напрямки діяльності. Процес управління маркетингом. Етапи процесу управління.

Тема 6. Комплекс Інтернет-маркетингу.

Комплекс маркетингу 5P (продукт, ціна, канал, просування, люди). Товари в мережі Інтернет. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Ціноутворення на електронному ринку. Посередники електронного ринку. Інтеграція елементів маркетингу. Конвергенція.

Тема 7. Особливості та переваги Інтернет-маркетингу.

Чинники успішності Інтернет-маркетингу. Переваги Інтернет-маркетингу.

Тема 8. Інтернет-реклама.

Види Інтернет-реклами. Пошукова оптимізація (SEO). Контекстна реклама. Реклама в соцмережах. Медійна реклама. Продакт-плейсмент. Вірусна реклама. Агентство Інтернет-реклами.

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ І ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.

Тема 9. Проектування Інтернет-магазину.

Команда проекту. Етапи проектування. Збір вимог. Дослідження конкурентів. Цільова аудиторія. Завдання-проблеми-рішення. Формування стратегії. Сценарії поведінки. Структура сайту. Прототипування. Юзабіліті тестування. Технічне завдання (ТЗ).

Тема 10. Інтернет-брендинг.

Поняття бренда. Основні характеристики традиційного бренда. Відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу.

Тема 11. Методи збільшення конверсії.

Конверсія сайту Call-to-Action. Воронка продажів. Відсоток конверсії. Кнопкові методи. Створення облікового запису. Додавання в Корзину. Завершення купівлі. Соціальні мережі.

Тема 12. Методи просування сайту.

Залучення цільових відвідувачів. Методи просування. Параметри способів. Реклама в онлайн-ЗМІ. Статейний піар. Контекстна реклама. Пошукова оптимізація. Методи пошукової оптимізації. Методи просування сайтів у пошукових системах. Переваги «білих» методів. Фактори релевантності сторінки.

Тема 13. Контентна оптимізація.

Планування. Семантичне ядро. Етапи маркетингового аналізу в рамках тематичної оптимізації. Попередній аналіз ринку. Вибір цільової аудиторії. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Релевантність запитів. Типи запитів частотності. Принцип тематичної оптимізації. SEO-текст.

Тема 14. Електронні гроші.

Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротрансакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків.

Тема 15. Сутність віртуальних підприємств.

Поняття віртуального підприємства. Класи віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Характеристика технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Системи Workflow. Керування знаннями віртуальних підприємств.

Тема 16. Інтелектуальні та мультиагентні системи.

Програмні агенти та мультиагентні системи. Етапи створення віртуального підприємства (проектування, прив'язка до ресурсів, залучення ресурсів, експлуатація, моніторинг, управління). Приклади реальних віртуальних підприємств.

Рекомендована література

Основна література

Основна література

1. Интерактивный бизнес : Учеб. пособие / Балабанов И. Т. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 124 с.
2. Электронная коммерция : Учеб. Пособие / И. Т. Балабанов – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 335 с.
3. Віртуальні підприємства та електронний бізнес : конспект лекцій / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський. – Харків : ХНЕУ, 2008. – 47 с.
4. Електронна комерція : [підручник] / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – Київ : Знання, 2007. – 535 с.
5. Електронна комерція : Навчальний посібник / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко – Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
6. Електронна комерція: Навчальний посібник. / О. І. Шалева— Київ : Центр учбової літератури, 2011. — 209 с.

7. Електронна комерція: Учебне посіб. / А. В. Юрасов – Москва : Дело, 2003. – 480 с.
8. Електронні гроші: Учеб. Посіб. / С. В. Афоніна – Санкт-Петербург : Пітер, 2001. – 120 с.
9. Інформаційний маркетинг : Учеб. Посіб. / Богданова Е. Л. – С Санкт-Петербург : Альфа, 2000. – 174 с.
10. Інформатика : дані, технологія, маркетинг / Божко В. П., В. В. Брага, Н. Г. Бубнова і др. – Москва : Фінанси і статистика, 1991. – 240 с
11. Розробка програм для електронної комерції / Н. Джерк – СанктПетербург : Пітер, 2001. – 506 с.
12. Інформаційні технології в бізнесі / Під ред. М. Желени – Санкт-Петербург : Пітер, 2002. – 1117 с.
13. Карпухін А. В. Інтернет-технології: технології побудови і використання в бізнесі і транспортних системах : Учеб. посіб. для вузів. – Харків : Компанія СМІТ, 2003. – 198 с.
14. HTML, XHTML і CSS на 100 %. / Квінт І. – Санкт-Петербург : Пітер, 2010. – 384 с.
15. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Литовченко І. Л. – Київ : ЦУЛ, 2008. – 182 с.
16. Електронна комерція: Навч. посіб. / Н. С. Меджибовська – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 383 с.
17. Веб-мастеринг на 100 %: HTML, CSS, JavaScript, PHP, CMS, AJAX, розкриття. / П. А. Ташков – Санкт-Петербург : Пітер, 2010. – 512 с.
18. Енциклопедія Інтернет-бізнесу / І. Успенський – Санкт-Петербург : Пітер, 2001. – 427 с.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

20. Закон України Про електронну комерцію [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua /laws/show/675-viii>.
21. OpenCart – Open Source Shopping Cart Solution [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.opencart.com.
22. MyOpencart. Русський Opencart [Electronic resource]. – Access mode : www.myopencart.com.
23. Wix: Створити сайт безкоштовно. Конструктор сайтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wix.com>.
24. Open Server. Це портативна серверна платформа і програмна середовище, створене спеціально для веб-розробників [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://open-server.ru>.

2. Плани практичних(семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи:

Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми
1	Тема 1. Поняття електронної комерції.
2	Тема 2 Структура ринку електронної комерції.
3	Тема 3. Чинники зниження витрат в бізнес-моделях електронної комерції.
4	Тема 4. 12 правил Мережевої економіки
5	Тема 5. Інтернет-маркетинг.
6	Тема 6. Комплекс Інтернет-маркетингу.
7	Тема 7. Особливості та переваги Інтернет-маркетингу.

8	Тема 8. Інтернет-реклама.
9	Тема 9. Проектування Інтернет-магазину.
10	Тема 10. Інтернет-брендинг.
11	Тема 11. Методи збільшення конверсії.
12	Тема 12. Методи просування сайту.
13	Тема 13. Контентна оптимізація.
14	Тема 14. Електронні гроші.
15	Тема 15. Сутність віртуальних підприємств.
16	Тема 16. Інтелектуальні та мультиагентні системи.

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми
1	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Поняття електронної комерції.
2	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Чинники зниження витрат в бізнес-моделях електронної комерції.»
3	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Інтернет-маркетинг.»
4	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Особливості та переваги Інтернет-маркетингу.»
5	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Інтернет-реклама.»
6	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Інтернет-брендинг.»
7	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Методи просування сайту.»
8	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми « Електронні гроші.»

Індивідуальне завдання:

Семестрова контрольна робота з дисципліни « Інформаційні системи та технології » є індивідуальним комплексним завданням.

Контрольна робота передбачає систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань з курсу, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами, вміння презентувати результати роботи. Контрольна робота виконується студентом самостійно. Студент має право самостійно обрати тему роботи заздалегідь узгодивши її з викладачем. Оцінка за роботу враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни.

Контрольна робота складається з титульної сторінки, змісту, вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків за необхідності. Вступ має розкривати актуальність обраної теми, мету та завдання написання реферату. Основна частина має складатися з кількох пунктів, що послідовно розкривають тему роботи. У висновках повинні міститися власні міркування щодо досягнутої мети.

В друкованому варіанті обсяг роботи повинен становити 12-15 стор., де вступ – 1 стор., основна частина – 8-10 стор., висновок – 1-1,5 стор., список використаної літератури – 1 стор.

3.Завдання семестрових (письмових залікових робіт):

Питання до заліку

1. Порівняння традиційного бізнесу з електронним.
2. Е-бізнес в Україні.
3. Інтернет-аукціон, типи, приклади (в світі, в Україні, іншій країні за вибором студента, погодженим з викладачем).
4. Інтернет-магазин і інтернет-вітрина, особливості, відмінності, приклади.
5. Портали в Інтернет, особливості, відмінності, приклади.
6. Правове регулювання електронної торгівлі в Україні.
7. Правове регулювання інформаційних технологій.
8. Інтернет-маркетинг.
9. Інтернет-реклама.
10. PR (публік рилейшенс) в Інтернеті: особливості, приклади.
11. Сайт для підприємства як інструмент маркетингу.
12. Сутність терміну: «Інформаційна економіка». Комерційне використання Інтернету.
13. Поняття електронної комерції, переваги і недоліки?
14. Системи B2B, особливості, об'єми, приклади.
15. Системи B2C, особливості, об'єми, приклади.
16. Електронний бізнес - масштаби і перспективи розвитку. Ринок електронної комерції: сьогодні і завтра.
17. Інтернет-огляд можливостей українського інтернету: пошуковики, каталоги (структура і особливості розвитку), поштові служби, провайдери, хостингпровайдери і т.п.
18. Хто такі контент-провайдери?
19. Корпоративні портали: визначення, види, тенденції.
20. Як працюють онлайн-аукціони, їх особливості.
21. Напрями розвитку інформаційних технологій, що мали найбільший вплив на появу і зріст електронного бізнесу.
22. Пошук інформації в Інтернеті, ресурси їх можливості?
23. Цінові моделі розміщення інтернет-реклами?
24. Дослідження за допомогою Інтернету. Одержання маркетингової інформації про відвідувачів Веб-сайта.
25. Розробка інформаційних систем (веб-будівництво), загальні підходи.
26. Платіжні системи в Інтернеті, огляд їх можливостей.
27. Поточний стан і перспективи розвитку систем інтернет-платежів в Україні.

Приклад залікового білету:

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
Семестр 2
Форма навчання: денна
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) : бакалаврський
Навчальна дисципліна : Інформаційні системи та технології

Заліковий білет №1

1. Як працюють онлайн-аукціони, їх особливості. (20 балів)
2. Платіжні системи в Інтернеті, огляд їх можливостей. (20 балів)

Затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
протокол № 1 від 26 серпня 2020 р.

В. о. зав. кафедрою _____ Данько Н. І. Екзаменатор _____ доц. Кривцова А. С.