

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра обліку і аудиту

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання контрольної роботи
для студентів спеціальності 7.03050901 «Облік і аудит»
заочної форми навчання

Затверджено на засіданні
Кафедри обліку і аудиту
Протокол № 7 від 29.01.2014року

ЧЕРНІГІВ ЧНТУ 2014

Електронна комерція. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи для студентів спеціальності 7.03050901 - “Облік і аудит” заочної форми навчання / Укладач: Волот О.І. - Чернігів: ЧДТУ, 2014. - 28 с.

Укладачі: Волот Олена Ігорівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту

Відповідальний за випуск: Лень Василь Степанович, заступник завідуючого
кафедри обліку і аудиту, кандидат економічних
наук, професор

Рецензент: Нехай Валентин Анатолійович, кандидат економічних наук, доцент
кафедри обліку і аудиту Чернігівського національного
технологічного університету

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	6
2 РОЗПОДІЛ ОБСЯГУ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ	8
3 ЗАВДАННЯ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ...	8
3.1 Зміст і послідовність виконання контрольної роботи	8
3.2 Вибір варіанту контрольної роботи та зміст практичних завдань	9
3.3 Вимоги до оформлення контрольної роботи	13
3.4 Критерії оцінки контрольної роботи	14
4 ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ ТА ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ	14
5 ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗА ТЕМАМИ	18
6 ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ	20
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	22
Додаток А - Вибір теоретичних питань контрольної роботи	24
Додаток Б - Перелік питань до контрольної роботи № 1	26
Додаток В - Рекомендовані Internet-ресурси	27
Додаток Г - Зразок оформлення титульної сторінки звіту про виконання контрольних робіт	28

ВСТУП

Структурні зрушення в економіці України, пов'язані з розвитком ринкових відносин та входженням у світовий ринок, вимагають постійного перегляду вироблених стереотипів управлінського мислення і впровадження нових форм і методів управління. Свідченням порушення таких стереотипів є, наприклад те, що організації все ширше починають застосовувати Internet, переводячи свої ділові дані в цифрову форму.

Тому подальше проникнення Internet у діяльність все нових фірм розширює діапазон комерційних стосунків через Internet істотно розширюється й електронна комерція стане частиною нашого повсякденного життя. Сьогодні можна сказати, що в найближчий час використання Internet стане звичайним засобом ведення справ. Слід зауважити, що багато великих компаній вже давно вдаються до електронної комерції у проведенні ділових операцій. Електронний обмін даними (*electronic data interchange, EDI*) по приватних комп'ютерних мережах почався ще в 60-х роках. Майже з того ж часу банки успішно використовують виділені мережі для електронного переказу грошових коштів (*electronic funds transfer, EFT*). Але лише в останні роки зі зростанням популярності Internet, появою нових технологій електронна комерція увійшла до життя великих і малих торгових фірм та приватних осіб.

Отже, в сучасній економічній ситуації дуже важливого значення набуває така наука, як електронна комерція.

Електронна комерція – узагальнююча концепція котра охоплює будь – які форми ділових операцій здійснюваних електронним способом з використанням мереж та електронних фінансово – економічних інструментів (система обміну комерційною інформацією, укладення договорів, взаєморозрахунків і т.д).

Тому кожному економісту (керівнику) необхідно мати глибокі знання з дисципліни «Електронна комерція».

Мета дисципліни – надання теоретичних і практичних знань щодо виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів (електронна комерція), з теорії та практики використання інформаційних технологій у бізнесі.

Завдання дисципліни полягають в тому, що студенти повинні:

- вивчити основи електронної комерції як бази для ведення електронного бізнесу;
- показати повномасштабне законодавче забезпечення практичного функціонування електронної комерції як на внутрішньому державному, так і на міжнародному глобальному просторі;
- засвоїти найважливіші положення застосування системи платежів для електронної комерції;
- отримати практичні навички роботи у віртуальному просторі у якості бухгалтера покупця /продавця/ з проведенням кредитових (дебетових) систем розрахунків.

В результаті вивчення курсу „Електронна комерція” студент має **знати:**

- норми діючого законодавства щодо функціонування електронної комерції в Україні;
- основні напрямки ведення електронної комерції і способи її ведення;
- проблеми безпеки і захисту інформації під час здійснення ділових операцій через Internet;
- практичні аспекти роботи вітчизняних систем електронної комерції і перспективи їх розвитку.

Студент має **вміти**:

- аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію в галузі електронної комерції;
- обґрунтовувати прогностичні оцінки;
- здійснювати закупівлі в Internet з використанням різнотипних електронних платіжних систем.

1 ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1 Теоретичні основи та основні елементи системи електронної комерції

Тема 1 Основні поняття електронної комерції

Порівняльний аналіз традиційної комерції бізнесу з електронною. Визначення електронної комерції, характеристика та аналіз. Аналіз та характеристика бізнес-операцій та операцій, в яких використовується електронна комерція. Типи електронної комерції. Категорії електронної комерції. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Сфери застосування електронної комерції. Можливості електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції.

Тема 2 Платіжні та фінансові системи Internet

Пересилка комерційної інформації в Internet. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація. Платіжні системи на основі кредитних карток. Учасники платіжної системи. Міжнародні і українські платіжні системи, що використовують кредитні картки. Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротрансакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують 8tagi-cagci. Платіжні системи на основі електронних чеків. Системи Internet -банкінгу та керування банківськими рахунками через Internet Системи управління інвестиціями через Internet. Internet -трейдинг, його типи (робота з цінними паперами, торгівля валютою на ринку FOREX) та основні функціональні можливості систем. Організація електронного способу страхування в системах Internet -страхування.

Тема 3 Безпека і захист інформації при електронній комерції

Огляд систем захисту інформації в Internet. Методи захисту інформації (законодавчі, адміністративні, процедурні, програмно-технічні). Категорії захисту: конфіденційність, цілісність, доступність. Типи загроз (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки та політика інформаційної безпеки. Засоби захисту інформації та вибір основних рішень по забезпеченню режиму інформаційної безпеки. Використання цифрового підпису в електронній комерції. Безпека в Internet. Атаки на Internet. Рекомендації з безпеки.

Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти електронної комерції

Тема 4 Маркетинг в електронній комерції

Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження на Internet-ринку — первинні і вторинні маркетингові дослідження. Об'єкти дослідження на Internet-ринку, бенч-маркінг. Поняття реклами, іміджева та стимулююча реклама. Переваги реклами в Internet. Форми реклами (банери, текстові блоки, розсилання, спонсорські пакети та інше).

Методи реклами (реєстрація в пошукових системах, каталогах, розсилка e-mail, партнерські програми, банерна реклама, зовнішня реклама, телебачення, радіо, журнали та ін.). Internet-реклама як форма Internet-бізнесу — типові послуги електронних рекламних агентств (креатив, медіабайнг, медіапланування, PR-супровід та ін.). Принципи маркетингу в Internet. Індивідуальний та масовий маркетинг.

Тема 5 Електронний ринок на базі Internet

Електронний ринок — поняття та основні принципи функціонування. Сектори ринку електронної комерції (роздрібний ринок, сектор торгівлі між підприємствами, електронний фінансовий ринок). Internet-магазини — необхідні умови ефективного функціонування. Посередництво — нові ролі у збуті та товарній політиці. Ціноутворення, ланцюги додавання вартості. Internet та еволюція методів маркетингу. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Концепція: перехід від паперових форм інформації до електронних.

Тема 6 Віртуальні підприємства

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

Тема 7 Тактичні прийоми електронної комерції

Internet як основа розвитку системи електронної комерції. Розвиток та використання стандартів в системах електронної комерції. Міжнародні стандарти електронного обміну даними в електронній комерції. Програмні агенти як посередники в електронній комерції. Гнучкість організаційної структури. Підвищення ефективності в електронній комерції. Можливості застосування електронної комерції. Необхідність експериментування в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Правові питання в електронній комерції.

Тема 8 Перспективи електронної комерції

Технології: Internet і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротрансакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в мережі Internet, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.

2 РОЗПОДІЛ ОБСЯГУ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Інформацію щодо розподілу навчального часу за темами, які відповідають навчальній програмі дисципліни, а також передбачені форми контролю для студентів спеціальності 7.03050901 – Облік і аудит представлені у таблиці 2.1

Таблиця 2.1 – Розподіл навчального часу за темами і формами контролю

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин для спеціалістів заочної форми навчання			Форми контролю
	Всього	У тому числі		
		Лек.	Сам.р.	
1 Основні поняття електронної комерції	5,5	0,5	5	
2 Платіжні та фінансові системи Інтернет	5,5	0,5	5	
3 Безпека і захист інформації при електронній комерції	5	0	5	
Разом за змістовим модулем 1	16	1	15	
4 Маркетинг в електронній комерції	8	1	7	
5 Електронний ринок на базі Інтернет	8	1	7	
6 Віртуальні підприємства	7,5	0,5	7	
7 Тактичні прийоми електронної комерції	7	0	7	
8 Перспективи електронної комерції	3,5	0,5	3	
Разом за змістовим модулем 2	34	4	31	
Усього годин за дисципліну	50	4	46	К,З

Позначка «К» у таблиці 2.1 означає виконання контрольної роботи, яка виконується самостійно, оформляється письмово та здається на перевірку викладачеві на кафедру не пізніше ніж за тиждень до початку заліково-екзаменаційної сесії та захищається під час сесії у час передбачений розкладом.

3 ЗАВДАННЯ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

3.1 Зміст і послідовність виконання контрольної роботи

Зміст роботи полягає у формуванні теоретичних навичок з виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів (електронна комерція), з теорії та практики використання інформаційних технологій у бізнесі.

Контрольна робота повинна містити такі послідовно розміщені елементи (таблиця 3.1):

Таблиця 3.1 – Послідовність розміщення складових у відповідності до плану контрольної роботи

Титульна сторінка	
Зміст	
Вступ	Наводиться актуальність досліджуваних питань, зазначають авторів, які займалися дослідженням цих питань, після чого наводять предмет, мету та завдання дослідження
Розділ 1	Теоретичний. Наводиться відповідь теоретичне питання
1.1	Розкриття теоретичних питань згідно з обраного варіанту. Вибір вихідних даних (теоретичних питань) відповідно до порядку, наведеному в розділі 2 та в Додатку Б.
Розділ 2	Практичні завдання, що вирішуються з використанням інформаційних та Internet - технологій
2.1	Завдання 1 Набуття практичних навичок роботи з пошуковими системами Internet для вирішення бізнес–задач
2.2	Завдання 2 Системи платежів для електронної комерції
2.3	Завдання 3 Вивчення функціональних можливостей та набуття практичних навичок роботи з системою Internet - банк Приват24
Висновк и	Узагальнюється проведене дослідження, наводяться виявлені недоліки, переваги та власні пропозиції стосовно досліджуваних питань
Список використаних джерел	
Додатки	

Робота повинна бути оформлена на стандартних листах і мати зміст. Обсяг роботи повинен становити — 15-20 с.

При виконанні контрольної роботи студентом для зменшення обсягу теоретичного матеріалу необхідно подавати його у більш спрощеному та доступному вигляді, а саме із застосуванням таблиць, рисунків, графіків тощо. Після кожної таблиці, рисунку, графіку студент обов'язково повинен навести теоретичні пояснення. В кінці роботи має бути поданий список використаної літератури.

Строк здачі контрольної роботи на кафедру обліку і аудиту за два тижні до початку залікової сесії.

3.2 Вибір варіанту контрольної роботи та зміст практичних завдань

Контрольна робота складається з відповіді на теоретичне питання та практичних завдань. Теоретичні питання студентами обираються самостійно

(Додаток А). Номер питання відповідає номеру студента у списку групи. Обсяг теоретичного питання не повинен перевищувати 10 сторінок.

Для виконання контрольної роботи необхідно якнайповніше висвітлити теоретичне питання та виконати наступні практичні завдання.

Завдання 1

1.1 Набуття практичних навичок роботи з пошуковими системами Internet для вирішення бізнес–задач. Описати алгоритми пошуку інформації у Internet, написати адреси пошукових систем та каталогів, які були відвідані, визначити адреси сайтів із знайденою інформацією

1) Відвідайте український пошуковий сервер META (www.meta-ukraine.com) і ознайомтеся з основними прийомами формування запитів на пошук інформації.

2) Відвідайте український пошуковий сервер Google (<http://www.google.com.ua>) і ознайомтеся з основними прийомами формування запитів на пошук інформації.

3) Завантажте російську пошукову машину Яндекс (www.yandex.ru) і ознайомтеся з основними прийомами формування запитів на пошук інформації.

4) Використовуючи засоби пошуку (п.п. 1–3) знайдіть та збережіть в окремій папці на локальному диску ярлики на такі інформаційні ресурси:

- поточне котирування валют;
- розклад руху потягів та літаків;
- нормативні акти та зміни в законодавстві;
- періодичні видання за фахом;
- виставки, конференції та семінари за фахом;
- електронна карта Чернігова.

5) Знайдіть у глобальній мережі вичерпну відповідь на питання з додатку Б. Номер питання повинен відповідати номеру студента у списку. Збережіть знайдену інформацію на диску та оформіть у вигляді звіту.

Завдання 2

2.1 Охарактеризувати загальні особливості інтерфейсу та принципи роботи платіжних систем E-Gold, PayPal, Web Money, RUpay, Pecunix USD, MoneyBookers, E-Bullion, HYIP, AlertPay, StormPay, Яндекс.Деньги, IntGold, 1mdc, GoldMoney.

2.2 Послідовно зайдіть на сайти платіжних систем Webmoney (www.webmoney.ru, приклад дивись рисунок 3.1), CyberPlat (www.cyberplat.ru). PayCash (www.paycash.kiev.ua)

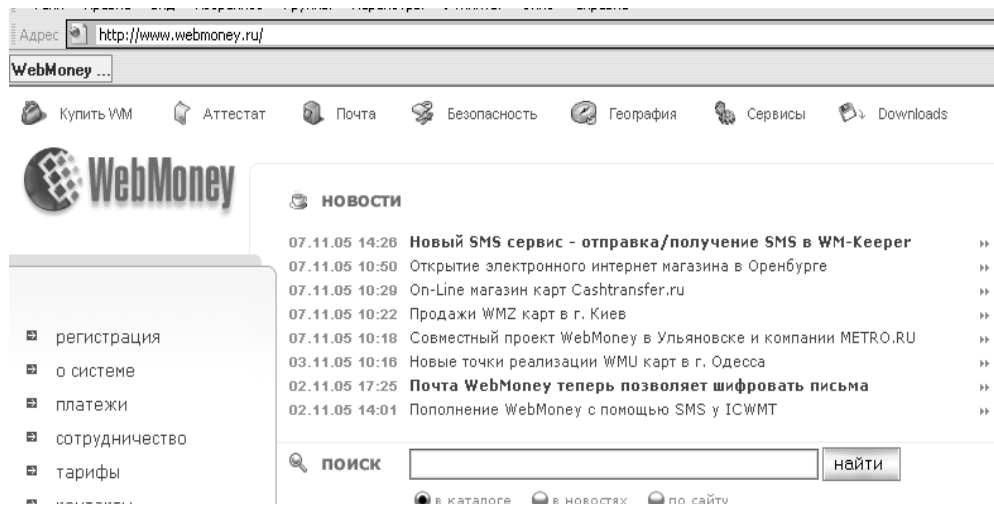


Рисунок 3.1 – Система електронних платежів Webmoney

Проведіть їх порівняльний аналіз за переліком питань з таблиці, та дайте на них письмові відповіді у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Порівняльний аналіз платіжних Internet-систем

Питання	Електронні платіжні		
	Webmoney	CyberPlat	PayCash
1. Які установи в on-line є організаторами створення цих платіжних систем?			
2. До якого типу електронних платіжних систем їх можна віднести — дебетових чи кредитних?			
3. Які схеми електронних платежів пропонуються користувачам на цих сайтах?			
4. Як саме можна стати користувачем цих платіжних систем?			
5. Чи надають ці платіжні системи можливість створення і підтримки Internet-крамниці?			
6. Як вирішуються на цих сайтах питання захисту комерційної і особистої інформації при її передаванні мережею?			
7. Чи можна використовувати у цих платіжних системах електронний цифровий підпис для автентифікації користувачів?			
8. Чи є регіональні обмеження на використання цих платіжних систем?			
9. Чи мають сайти цих платіжних систем демонстраційний режим роботи, з допомогою якого пересічний користувач Internet може ознайомитися з їх роботою?			
10. З'ясуйте, яка з перелічених платіжних систем надає найбільші можливості роботи в демонстраційному режимі і які саме?			
11. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти? Проведіть їх порівняльний аналіз.			
12. Як можна придбати програмне забезпечення для користування цими електронними платіжними системами і створення Internet-крамниць ?			

2.3 Знайдіть з допомогою пошукових серверів за запитом "система електронних платежів" або подібним до нього інші платіжні українсько- чи російськомовні платіжні системи і проведіть їх аналіз за переліком питань завдання таблиці .

Завдання 3

3.1 Вивчити функціональні можливості та набути практичних навичок роботи з системою Інтернет-банк Приват24. Виконується на основі вивчення матеріалів офіційного сайту:

а) Інтернет-сайт ПриватБанку: <http://www.privatbank.ua/>

б) Меню: «Інтернет-банк» ⇒ «Приват24» ⇒ «Для частных клиентов»

Мета завдання: Вивчення функціональних можливостей та набуття практичних навичок роботи з системою Інтернет-банк (на прикладі Приват24 або іншої системи Інтернет-банк по вибору студента).

У процесі виконання цього завдання студент повинен відповісти на питання:

1. До якого класу платіжних систем відноситься Приват24.
2. Призначення, можливості (послуги), переваги Приват24.
3. Як організована система безпеки в Приват24. Рекомендації користувачам Приват24 по безпечній роботі з Приват24.
4. Як підключитися до Приват24: варіанти підключення; процедура і результат підключення; тарифи і обмеження на підключення; відновлення паролів при блокуванні; вхід в Приват24.
5. Угода користувача системи Приват24: основні положення.
6. Клієнти системи Приват24 (4 групи).
7. Операції в Приват24: тарифи, обмеження, регламент.
8. Послідовність дій: а) контроль залишків на своїх рахунках; б) платежі; в) покупка е-ваучера.

3.3 Вимоги до оформлення контрольної роботи

Контрольна робота оформлюється на стандартних аркушах паперу. Всі сторінки мають бути пронумеровані. Обсяг роботи не повинен перевищувати 20 сторінок, написаних розбірливим почерком. Робота може бути оформлена в друкованому вигляді, з додержанням наступних стандартів:

- шрифт – Times New Roman;
- розмір шрифту – 14 пунктів;
- відстань між рядками – 1,5 інтервали;
- параметри сторінки – формат А4;
- розташування – книжне;
- поля: ліве – 30 мм, верхнє та нижнє – 20 мм, праве – 15 мм.

На початку роботи вміщується титульний аркуш за встановленою формою із зазначенням дати виконання роботи, підпису виконавця та теми роботи (приклад наведено у Додатку Г). За титульним аркушем розміщують

послідовно: зміст роботи, вступ, основну частину роботи, висновки і пропозиції, список використаної літератури, додатки.

Вступ, кожний розділ, висновки і список використаної літератури починаються з нової сторінки. У тексті назва кожного параграфу виділяється окремим рядком.

Результати дослідження бажано зводити до таблиць, рисунків, графіків, схем тощо. До проаналізованих показників наводити пояснення. Великі за обсягом таблиці, графіки, рисунки, схеми і т.д, слід виносити в додатки. При оформленні таблиць слід пам'ятати, що: таблиці розташовують безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, або на наступній сторінці. На всі таблиці повинні бути посилання у роботі.

Таблиці нумеруються окремо від малюнків послідовною нумерацією арабськими цифрами в межах розділу де вони знаходяться (за винятком додатків). Номер таблиці повинен складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: “Таблиця 1.2.” (друга таблиця першого розділу).

Слово “ Таблиця _ ” вказують один раз зліва над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть: “ Продовження таблиці _____ ” з зазначенням номера таблиці. Аналогічно відображають і графічні матеріали (діаграми, графіки, схеми, тощо), лише їх підпис здійснюється безпосередньо під такою діаграмою, схемою і починається зі слова “ Рисунок_ ” після чого вказується номер рисунка (складається з номерів розділу та порядкового номера рисунка, відокремлених крапкою) та наводиться його назва.

Якщо у контрольній роботі наводяться формули, то вони повинні бути пронумеровані (складається з номерів розділу та порядкового номера рисунка, відокремлених крапкою) та набрані за допомогою редактора формул MS Equation 3.0.

При написанні контрольної роботи студент повинен давати посилання на джерела, матеріали з яких наводяться в даній роботі.

Якщо використовують відомості, матеріали з монографій, оглядових статей, інших джерел з великою кількістю сторінок, тоді в посиланні необхідно точно вказати номери сторінок з джерела, на яке дано посилання в роботі.

Посилання додаються одразу після закінчення цитати у квадратних дужках, де вказується порядковий номер джерела у списку літератури та відповідна сторінка джерела (наприклад [4.с.35]).

Якщо використовуються відомості з сайтів розміщених в Інтернет то посилання на такі відомості додаються одразу після закінчення цитати у квадратних дужках, де вказується порядковий номер джерела у списку використаних джерел.

Список використаних джерел подається в такій послідовності:

- 1) Закони України;
- 2) інструкції та нормативні акти міністерств і відомств;
- 3) наукова, навчально-методична, спеціальна література, видана українською або російською мовами.

Наприклад:

1. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах». //Відомості Верховної Ради, №31/1994, с 286.
2. Електронна комерція: Навч. посібник / А. М. Береза та ін. — К.: КНЕУ, 2002. — 320 с.
3. Балабанов И. Т. Электронная комерция. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
4. Эмор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — С. 85—87.
5. <http://zakon.rada.gov.ua/> - Сайт верховної ради України.

Назви використаних джерел у списку не перекладаються.

3.4 Критерії оцінки контрольної роботи

Робота повинна бути оформлена відповідно до вимог вищої школи. Оцінка роботи здійснюється шляхом її зарахування чи не зарахування.

Зарахованою вважається робота, в якій реалізована значна частина вимог, що пред'являються до неї. У роботі наявні окремі неточності при формуванні відповідей на теоретичні питання чи написанні висновків. При захисті студент повинен показати вміння доповісти про основні результати роботи, і захистити окремі її положення, уміння відповідати відповідно до вимог культури праці спеціаліста, добре орієнтуватись у матеріалах роботи і пояснювати їх.

Незарахованою вважається робота, в якій не реалізовані в повній мірі вимоги, що пред'являються до неї, наявні суттєві неточності при формуванні відповідей на теоретичні питання чи написанні висновків допущено. При захисті студент не показав вміння доповісти про основні результати роботи і захистити окремі її положення, відповідати відповідно до вимог культури праці спеціаліста, добре орієнтуватись у матеріалах роботи і пояснювати їх.

Студентові, який не захистив роботу, призначається новий термін переробки і захисту роботи. Повторний захист проводиться лише у присутності не менше ніж двох викладачів кафедри.

Якщо єдиною формою підсумкового контролю з дисципліни “Електронна комерція” в окремих випадках є лише захист контрольної роботи, то у процесі захисту студенту, крім конкретних питань по роботі, можуть бути додатково задані 2 питання, відповіді на які враховуються при виставленні остаточної оцінки.

4 ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ ТА ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

Тема 1 Основні поняття електронної комерції

1. Дайте визначення поняття „Електронна комерція”.
2. У чому різниця між „Електронною комерцією та Електронним бізнесом”.

3. Назвіть суб'єктів електронної комерції.
4. Що означають аббревіатури B2C, B2B, G2C?
5. Що являє собою мережа Internet?
6. Що являє собою Web-сторінка?
7. Що таке браузер?
8. З яких частин складаються доменні імена Internet-ресурсів?
9. Що таке пошукова система та які її основні характеристики?
10. У чому відмінності глобальних та спеціалізованих пошукових систем?
11. Чим відрізняються пошукова система від пошукового каталогу?
12. Що таке індекс бази даних? Призначення роботів-індексувальників у пошукових системах.
13. Що таке мета-пошукова система?
14. Які переваги та недоліки у найбільш розповсюджених пошукових системах?
15. Які основні правила формування запиту на пошук інформації в Internet?
16. Що таке розширений пошук і як його використовувати?
17. Які пошукові системи Ви знаєте?
18. Які пошукові каталоги Ви знаєте?

Тема 2 Платіжні та фінансові системи інтернет

1. Що таке Інтернет-платіжна система?
2. Що таке електронні гроші?
3. Назвіть платіжні системи на основі електронних грошей, які використовуються в Україні.
4. Які ви знаєте українські платіжні системи на основі кредитних карток? На основі старт – карток?
5. Що потрібно мати для роботи через Інтернет з платіжною системою на основі старт – карток?
6. Які послуги надають системи Інтернет – брокеридж?
7. У чому відмінність між поняттями „Інтернет – брокеридж” та „Інтернет – трейдинг”?
8. Які етапи процесу страхування можуть бути реалізовані через Інтернет?
9. У чому відмінність кредитних Інтернет систем від звичайних систем з кредитними картками?
10. Яка роль банку – емітента і банку - еквайера в схемі проведення платежів через Інтернет за допомогою кредитних карток?
11. Використання платіжних систем в електронній комерції - проблеми та перспективи.
12. Перспективи Інтернет-банкінгу.
13. Які саме картки приймаються до сплати?
14. Що робити, якщо на картці VISA Electron або Cirrus/Maestro не має CVC2/CVV2 коду?
15. Як швидко платіж дійде до компанії – постачальника послуг?

16. Чи можлива сплата рахунка за кооперативну квартиру через Portmone.com?

17. Як сплатити рахунки за електроенергію, газ?

18. Чи є послуги Portmone.com платними?

Тема . Безпека і захист інформації при електронній комерції

1. Різновиди ймовірних загроз безпеці інформації в мережі.
2. Головні вимоги до здійснення комерційних операцій в Інтернет.
3. Призначення криптографічного алгоритму.
4. Сутність найславнішої схеми шифрування з використанням ключа.
5. Стандарти захисту сполучень і програм в Інтернет.
6. Перевага застосування старт-карток для платежів в Інтернет з точки зору безпеки даних.

Тема 4 Маркетинг в електронній комерції

1. Якими засобами в Інтернет можна проводити вторинні маркетингові дослідження?
2. Опишіть основні методи первинних маркетингових досліджень в мережі Інтернет.
3. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку.
4. Назвіть основні форми реклами.
5. Що таке банер? Які типи банерів ви знаєте?
6. Які основні методи реклами слід використовувати при рекламі електронного магазину?
7. Як знайти цільову аудиторію для електронної розсилки?
8. Які моделі оплати реклами в Інтернет ви знаєте?
9. В чому основна особливість маркетингу в Інтернет.
10. Сутність інформаційного маркетингу.
11. Чи може бути Інтернет в умовах сучасної української економіки основним каналом реалізації продукції? Аргументуйте свою думку.

Тема 5 Електронний ринок на базі інтернет

1. Сформулюйте основні принципи, які має використовувати електронний ринок.
2. Які основні відмінності та переваги електронного ринку у порівнянні з традиційним?
3. Які існують основні сектори Інтернет-ринку?
4. Визначте особливості та основні показники електронного споживчого ринку.
5. Які існують види фінансових електронних ринків?
6. На основі чого функціонує електронний споживацький ринок?
7. Назвіть дві основні складові електронного магазину.
8. Назвіть програмні засоби, які можуть використовуватися для створення електронного магазину (чи іншої системи для електронної комерції).
9. Які існують принципи ціноутворення на електронному ринку?

Тема 7 Віртуальні підприємства

1. Дайте визначення поняття «віртуальне підприємство».
2. Опишіть структуру віртуального підприємства.
3. На основі яких ознак можна здійснювати класифікацію віртуальних підприємств?
4. Як класифікуються віртуальні підприємства на основі топології?
5. Чим відрізняються віртуальні підприємства структурного типу «федерація» від віртуальних підприємств структурного типу «зірка»?
6. Назвіть та схарактеризуйте основні кроки при проектуванні та створенні віртуальних підприємств.
7. Що таке «життєвий цикл віртуального підприємства» і які етапи він включає?
8. Які ролі окремих підприємств можна виділити у мережевій організації віртуального підприємства?
9. Які функціональні можливості щодо обробки інформації повинні бути передбачені в ВП ?
10. Назвіть та охарактеризуйте креативні та конфігураційні функціональні можливості, які повинні бути передбачені в ВП.
11. Які технологічні заходи повинен об'єднувати процес синтезу ВП?
12. Назвіть та охарактеризуйте складові технології, які сприяють створенню середовища ВП ?
13. Які етапи створення ВП існують? Охарактеризуйте їх.
14. Які основні вимоги пред'являються до систем workflow в складі ВП?
15. Назвіть приклади реальних віртуальних підприємств.

Тема 8 Тактичні прийоми електронної комерції

1. Характеристика пошукових систем;
2. Визначення програмних агентів;
3. Використання Copernic Shopper;
4. Методи формування пошукового запиту;
5. Методи фільтрації та порівняння товарів.
6. Охарактеризуйте еволюцію стандартів електронного обміну комерційними та фінансовими повідомленнями
7. Назвіть та охарактеризуйте основні компоненти міжнародного стандарту EDIFACT, що використовується в системах електронної комерції.
8. Які електронні документи, що циркулюють в системах електронної комерції, регламентує міжнародний стандарт OBI?
9. Які основні стадії поведінки покупців при купівлі товарів в системах електронної комерції можуть бути автоматизовані за допомогою програмних агентів?
10. Що таке ідентифікація потреби покупця, продуктової та товарний брокеринг?

11. Які основні зміни в роботі фірми можуть мати місце в разі впровадження електронної комерції?

12. Яким чином використання інформації про замовників та їх потреби, комерції, може вплинути на економічну діяльність фірми, яка впровадила систему електронної комерції?

13. Які маркетингові заходи слід здійснювати та правові питання вирішувати при впровадженні систем електронної комерції?

Тема 9. Перспективи електронної комерції

1. Що таке електронний документообіг?
2. Що таке критерії ефективності електронної комерції?
3. Які показники визначають ефективність електронної комерції щодо організаційних процесів?
4. Які аспекти ефективності електронної комерції характеризують маркетингові показники?
5. Які статті витрат зменшуються при запровадженні електронних комунікацій замість традиційних в комерційних процесах?

5 ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗА ТЕМАМИ

Тема 1. Основні поняття електронної комерції

1. Розвиток електронної комерції на Заході, в Росії та в Україні
2. Перспективи електронної комерції
3. Розвиток електронної комерції напрямку B2B у світі та в Україні.
4. Правове забезпечення електронної комерції - світовий досвід і українські реалії

Тема 2. Платіжні та фінансові системи інтернет

5. Використання платіжних систем в електронній комерції - проблеми та перспективи
6. Перспективи Інтернет-банкінгу
7. Концепція Віртуального Уряду в Україні - проблеми та перспективи.
8. Розробка електронного магазину на основі порталу магазинів - українські можливості
9. Системи на основі електронних грошей на Україні - переваги та недоліки для клієнта
10. Перспективи смарт-технології для розрахунків через Інтернет
11. Системи на основі кредитних карток - використання в Україні.
12. Як "просунути" свій сайт в Інтернет.

Тема 3. Безпека і захист інформації при електронній комерції

13. Організація системи безпеки електронного магазину
14. Електронний цифровий підпис та його використання в електронній комерції.
15. Впровадження електронного цифрового підпису в Україні.
16. Напрямки G2C, G2B - реальність в Україні чи далека перспектива?

17. Страховий Інтернет України
18. Основні складові безпеки систем електронної комерції
19. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів.
20. Різновиди шахрайства в електронній комерції.
21. Системи захисту інформації, що передається в Internet
22. Забезпечення захисту у платіжних системах в Internet.

Тема 4. Маркетинг в електронній комерції

23. Інтернет-реклама, як форма бізнесу на українському ринку Інтернет-послуг.
24. Основні методи первинних маркетингових досліджень в мережі Інтернет.
25. Моделі оплати реклами та особливості маркетингу в Інтернет.
26. Основні методи реклами, які слід використовувати при рекламі електронного магазину.

Тема 5 Електронний ринок на базі інтернет

27. Переваги та відмінності електронного ринку у порівнянні з традиційним.
28. Види фінансових електронних ринків.
29. Програмні засоби які використовуються для створення електронного магазину.
30. Інструментальні технології для створення, настройки та управління електронним магазином
31. Принципи ціноутворення на електронному ринку.

Тема 6 Віртуальні підприємства

32. Віртуальні організації - приклади створення.
33. Структура віртуального підприємства
34. Життєвий цикл віртуального підприємства” і його етапи.
35. Класифікація віртуального підприємства на основі топологій.

Тема 7 Тактичні прийоми електронної комерції

36. Еволюція стандартів електронного обміну комерційними та фінансовими повідомленнями.
37. Основні компоненти міжнародного стандарту EDIFACT, що використовуються в системах електронної комерції.
38. Ідентифікація потреби покупця, продуктовий та товарний брокеринг.
39. Електронні документи, що циркулюють в системах електронної комерції, які регламентує міжнародний стандарт OBI (Open Buying on Internet)

Тема 9 Перспективи електронної комерції

40. Причини недостатнього рівня розвитку електронної комерції в Україні.
41. Корисність Інтернет – інкубаторів авторам проектів, мережним підприємцям, інвесторам.
42. Чинники, які впливають на національні особливості розвитку Е-комерції.

6 ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Дайте визначення поняття "електронна комерція".
2. У чому різниця між "електронною комерцією та електронним бізнесом"?
3. Назвіть суб'єктів електронної комерції.
4. Що означають аббревіатури B2C, B2B, G2C?
5. Назвіть сфери, у яких на сьогодні використовується електронна комерція.
6. На яких рівнях може здійснюватися електронна комерція?
7. Охарактеризуйте сучасний стан ринку електронної комерції у світі, Україні.
8. Яке правове підґрунття для здійснення електронної комерції існує в Україні?
9. Що таке Інтернет-платіжна система?
10. Що таке електронні гроші?
11. Назвіть платіжні системи на основі електронних грошей, які використовуються в Україні.
12. Які ви знаєте українські платіжні системи на основі кредитних карток? На основі смарт-карток?
13. Що потрібно мати для роботи через Інтернет з платіжною системою на основі смарт-карток?
14. Які послуги можуть надавати системи Інтернет-банкінгу?
15. Які послуги надають системи Інтернет-брокерідж?
16. У чому відмінність між поняттями "Інтернет-брокерідж" та "Інтернет-трейдинг"?
17. Які етапи процесу страхування можуть бути реалізовані через Інтернет?
18. Що розуміють під інформаційною безпекою системи електронної комерції?
19. Які існують основні проблеми безпеки інформації в системах електронної комерції?
20. Назвіть рівні, на яких можуть здійснюватися заходи щодо безпеки систем електронної комерції.
21. Які ви знаєте групи процедурних заходів безпеки.
22. Назвіть основні механізми безпеки систем електронної комерції.
23. Які типи загроз безпеці систем електронної комерції існують?
24. У чому полягає розробка концепції інформаційної безпеки?
25. Назвіть основні групи програмного забезпечення, що може бути використане для захисту систем електронної комерції.
26. Що таке Firewall? Наведіть приклади.
27. Якими засобами в Інтернет можна проводити вторинні маркетингові дослідження?
28. Опишіть основні методи первинних маркетингових досліджень в Інтернет.
29. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку.
30. Назвіть основні форми реклами.
31. Що таке банер? Які типи банерів Ви знаєте?
32. Які основні методи реклами слід використовувати при рекламі електронного магазину?
33. Як знайти цільову аудиторію для електронної розсилки?

34. Які моделі оплати реклами в Інтернет Ви знаєте?
35. В чому основна особливість маркетингу в Інтернет?
36. Які основні відмінності і переваги електронного ринку у порівнянні з традиційним?
37. Які існують основні сектори Інтернет-ринку?
38. Назвіть дві основні складові електронного магазину.
39. Назвіть програмні засоби, які можуть використовуватися для створення електронного магазину (чи іншої системи для електронної комерції).
40. Які існують способи створення електронних магазинів?
41. Які є варіанти розміщення електронного магазину?
42. Дайте визначення поняттю “віртуальне підприємство”.
43. Опишіть структуру віртуального підприємства.
44. На основі яких ознак можна здійснювати класифікацію віртуальних підприємств?
45. Які технології можуть використовуватися для створення віртуальних підприємств?
46. Які основні вимоги пред’являються до систем workflow в складі ВП?
47. Яким чином в системах електронної комерції можуть бути використані програмні агенти?
48. Назвіть типи систем B2B.
49. Вимоги до функціональних можливостей торговельних майданчиків.
50. Охарактеризуйте сучасний стан електронного урядування в Україні.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Береза А.М та ін. Електронна комерція: Навч. посібник – К.:КНЕУ,2002. - 320с.
2. Енгель П. С, Макарова М. В., Барішенська В. Г. та інші. Інформатика і комп'ютерна техніка. Навчальний посібник для студентів кооперативних ВНЗ. - К.: Навчально-методичний Центр Укоопспілки .Укоопосвіта., 2000. - 267 с
3. Козьє Д. Электронная коммерция. -М.: Русская редакция, 1999.
4. Макарова М.В. Електронна комерція. Навчальний посібник для студентів ВНЗ.—К.: Видавничий центр „Академія”, 2002.- 269с.
5. Мельников В.В. Защита информации в компьютерных системах. - М.: Финансы и статистика, 1997. - 364 с.
6. Шалева О.І. Електронна комерція. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: predator.stu/library/ (у локальній мережі ЧДТУ).

Допоміжна

1. Багрин Ю. Н. ШТЕКМЕТ - новые инструменты в маркетинговой деятельности предприятий / В сборнике тезисов докладов конференции «Internet-коммерция-2000» - К.: 2000.
2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. –СПб: Питер, 2001. – 366 с.
3. Волков С. Система электронных платежей PayCash. / В сборнике тезисов докладов на семинаре «Электронная коммерция - путь успешного бизнеса в России». - М.: 2000.
4. Волков С., Достов В. Платежные механизмы современного Internet. /Журнал .Мир Internet., №5/2000, с. 22-28.
5. Достов В. Розничная Е-торговля - тихая революция или громкая фикция? / В сборнике тезисов докладов на семинаре «Электронная коммерция -путь успешного бизнеса в России». - М.: 2000.
6. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учебное пособие. – М.: Дело, 2003. – 480с.
7. E-Commerce 2014 (10th ed.) / Kenneth Laudon, Carol Traver. - Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2013. – 912 p. – <http://www.pearsonhighered.com/educator/product/ECommerce-2014/9780133024449.page>
8. Introduction to Electronic Commerce (3rd ed.) / Efraim Turban, David King, Judy Lang. - Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2010. – 552 p. - <http://www.pearsonhighered.com/educator/product/Introduction-to-Electronic-Commerce/9780136109235.page#sthash.2Aoi2Zhk.dpuf>

Інформаційні ресурси

1. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.44.34&nobreak=1>.

2. Положення про порядок здійснення криптографічного захисту інформації в Україні. Затверджено Указом Президента України від 22 травня 1998 року №505/98. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/460/2011>.

3. Концепція Національної програми інформатизації. Схвалено Законом України . Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 4 лютого 1998 року №75/98-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.33929.14&nobreak=1>.

4. E-commerce.com.ua - новостной и образовательный ресурс, посвященный вопросам интернет-бизнеса и технологиям электронной коммерции

5. Банки: сучасні інформаційні технології Введение в HTML. - Экономико-правовая библиотека vuzlib.net - <http://www.vuzlib.net/banki/index.htm>

6. ПриватБанк (<http://www.privatbank.ua>)

7. Платіжні Інтернет-системи:

- Web Money Transfer (www.webmoney.ru),
- UkrMoney (<http://www.ukrmoney.com.ua>),
- Яндекс.Деньги (<http://money.yandex.ru>),
- CyberPlat (<http://www.cyberplat.ru>),
- Інтернет.Гроші (<http://www.imoney.com.ua>),
- Міжбанківська система електронної доставки і оплати рахунків "ПОРТМОНЕ" (<http://www.portmone.com.ua>),
- Національна система масових електронних платежів НСМЕП (<http://ansmer.com.ua>)

8. Міжнародний валютний ринок FOREX (<http://www.x-trade.com.ua>)

Додаток А - Вибір теоретичних питань контрольної роботи

1. Історія виникнення електронної комерції.
2. Розвиток електронної комерції на Заході, в Росії та в Україні
3. Аналіз ринку та перспективи розвитку електронної комерції в Україні
4. Перспективи електронної комерції
5. Правове забезпечення електронної комерції - світовий досвід і українські реалії
6. Використання платіжних систем в електронній комерції - проблеми та перспективи
7. Перспективи Інтернет-банкінгу
8. Концепція Віртуального Уряду в Україні - проблеми та перспективи
9. Електронна комерція як частина організації бізнесу-процесу (проблеми, інтеграція, B2C, B2B) (прикладні інтеграції рішень електронної комерції, у бізнесі-процесі компаній)
10. Законодавча база електронної комерції в Україні, її недоліки та розвиток.
11. Аналіз фінансових результатів діяльності організації. Використання електронних засобів для аналізу інформації про діяльність підприємства.
12. Аналіз фінансових результатів діяльності організації. Використання електронних засобів для планування діяльності на підприємстві .
13. Характеристика можливостей програмного забезпечення «Microsoft – Office». Різновиди та оптимізація програмних пакетів.
14. Бази даних. Прикладні програми з Бази даних. Система управління базами даних.
15. Сутність та характеристика ERP. Впровадження ERP-системи на підприємствах.
16. Основні технології, що застосовуються при побудові WWW систем.
17. Інтернет - трейдинг. теоретичні основи торгівлі на ринку форекс.
18. Інтернет-посередники. Характеристика, Категорії види.
19. Поняття й структура інтернет-маркетингу. Основні тенденції, фактори розвитку технологій інтернет-маркетингу.
20. Організація системи безпеки електронного магазину
21. Результати статистичних досліджень використання Інтернету в Україні та світі.
22. Інтернет-реклама. Трансформація традиційних підходів до реклами в Інтернеті. Структура інтернет-реклами її відмінність від традиційної реклами. Порівняльна характеристика засобів реклами.
23. Пошукові системи. Їх різновиди та їх відмінності. Поняття пошукової системи, принципи її роботи.
24. Основні способи пошуку інформації та відповідні їм дії по пошуковій оптимізації. Правила пошукової оптимізації. Види запитів і відповідні їм методи пошукової оптимізації.
25. Аналіз статистики пошукових запитів в Яндексі. Гуглі та Рамблері та ЯХУ.
26. Поняття, методи та переваги пошукової реклами. Історія пошукової реклами. Приклади використання пошукової реклами.
27. Банерна реклама. Поняття банерної реклами. Поняття, класифікація й переваги використання банерообмінних мереж. Результати досліджень ефективності банерної реклами.
28. E-mail реклама. Основні поняття й переваги e-mail реклами (SWOT-аналіз). E-mail маркетинг.
29. Конференції та дошки оголошень. Особливості проведення конференцій. Інші методи інтернет-реклами. Покрокова схема медіапланування (на прикладі продуктової кампанії): розробка стратегії; вибір засобів інтернет-реклами, медіапоказників, часу та інших параметрів виходу реклами.
30. Аналіз ефективності інтернет-реклами. Основні завдання аналізу ефективності інтернет-реклами. Критерії оцінки ефективності реклами. Первинні показники ефективності інтернет-реклами. Основні показники відвідуваності й популярності сайту.
31. Adobe Photoshop функціонал, призначення, можливості використання в маркетингу.

32. Adobe Flash функціонал, призначення, можливості використання в маркетингу.
33. Corel DRAW Graphics функціонал, призначення, можливості використання в маркетингу.
34. Електронний цифровий підпис та його використання в електронній комерції.
35. Впровадження електронного цифрового підпису в Україні.
36. Віртуальні організації - приклади створення.

Додаток Б - Перелік питань до контрольної роботи №1

1. Основні переваги і недоліки електронної комерції.
2. Особливості електронного бізнесу і електронної комерції.
3. Місце Internet - економіки в інформаційному комплексі.
4. Нові форми соціальної і економічної діяльності, які створює Internet.
5. Особливості основних послуг Internet.
6. Переваги і особливості електронної пошти порівняно з іншими способами передавання повідомлень.
7. Internet - пейджери, їх функції.
8. Система телеконференцій в Internet. Особливості і переваги.
9. Формування E-mail -адреси.
10. WWW- послуга. Зручність та особливості.
11. Тенденції сучасного розвитку Uanet.
12. E-бізнес і E-комерція. Загальні поняття і можливості.
13. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії.
14. Архітектура Intranet.
15. Віртуальні підприємства. Створення і особливості.
16. Візитні картки фірм. Корпоративні сайти і бізнес-портали.
17. Форми Internet-торгівлі.
18. Організаційно-господарські питання розвитку електронної торгівлі.
19. Internet-аукціони, їх особливість і значення.
20. Діяльність банків в Internet.
21. Internet-банкінг. Системи Internet-банкінгу.
22. Сутність і особливості дистанційного навчання.
23. Розвиток української системи дистанційної освіти.
24. Системи платежів для електронної комерції.
25. Кредитні та дебетові Internet-системи.
26. Електронні платіжні системи в національних сегментах Internet.
27. Правові аспекти бізнесу в Internet.
28. Реклама в Internet, її особливості і розвиток.
29. Internet- маркетинг, як галузь маркетингу.
30. Різновиди шахрайства в електронній комерції.
31. Системи захисту інформації, що передається в Internet.
32. Забезпечення захисту у платіжних системах в Internet.
33. Розвиток електронної комерції на Заході, в Росії та в Україні.
34. Перспективи електронної комерції.
35. Розвиток електронної комерції напрямку B2B у світі та в Україні.
36. Правове забезпечення електронної комерції - світовий досвід і українські реалії.
37. Використання платіжних систем в електронній комерції - проблеми та перспективи.
38. Перспективи Інтернет-банкінгу.
39. Як "просунути" свій сайт в Інтернет.
40. Організація системи безпеки електронного магазину.
41. Електронний цифровий підпис та його використання в електронній комерції.
42. Впровадження електронного цифрового підпису в Україні.
43. Віртуальні організації - приклади створення.
44. Напрямки G2C, G2B - реальність в Україні чи далека перспектива.
45. Страховий Інтернет України.
46. Інтернет-реклама, як форма бізнесу на українському ринку Інтернет-послуг.
47. Системи на основі електронних грошей на Україні - переваги та недоліки для клієнта.
48. Перспективи смарт-технології для розрахунків через Інтернет.

Додаток В - Рекомендовані Internet-ресурси

1. <http://www.anbar.co.uk> - зміст провідних світових журналів з менеджменту.
2. <http://www.bized.ac.uk> - інформація про компанії, статистика.
3. <http://www.bank.gov.ua> - Національний банк України.
4. <http://www.spfukraine.com> - Фонд державного майна України (ФДМУ).
5. <http://www.ukrse.kiev.ua> - Українська фондова біржа.
6. <http://pfts.com> - Українська фондова торговельна система ПФТС.
7. <http://www.ufs.kiev.ua> - Український Фінансовий сервер.
8. <http://www.cfin.ru> - Корпоративні фінанси - аналітика, бізнес-плани реальних підприємств, посилання на інші джерела Інтернет.
9. <http://www.investing.kiev.ua> - інвестиції в Україні, матеріали для інвесторів.
10. <http://www.nau.kiev.ua> - Нормативні акти України.
11. <http://www.Liga.kiev.ua> - Інформаційний бізнес портал компанії "Ліга".
12. <http://www.uatoday.net> - новини України.
13. <http://www.marketland.com>. система "Маркетинг-термінал 2000".
14. <http://www.int-commerce.com> - система Інтернет-комерції.
15. <http://www.azbooka.com> - Електронний магазин Azbooka.
16. <http://www.e.com.ua> - програма підтримки малого та середнього бізнесу компанії e-Service.
17. <http://www.mrshet.kiev.ua> - Електронний магазин "Фуршет".
18. <http://e-commerce.com.ua> - Всеукраїнський центр електронної комерції.
19. <http://www.cismarket.com> - каталог підприємств СНД.
20. <http://www.meta-ukraine.com> Загальноукраїнські та регіональні довідники і бази даних по підприємствам, товарам і виробникам.
21. <http://www.galaktica.ru>-комплексна система управління діяльністю підприємством "Галактика".
22. <http://www.ic.kiev.ua>-інформаційна система "ІС:Підприємство".
23. <http://www.baan.com>-комплексна автоматизована система управління ресурсами підприємства "Baan".
24. <http://www.npp-it.kiev.ua> - комплексна автоматизована система управління підприємством (ІТ-підприємство. SQL),
25. <http://www.bdo.com.ua>.-система ефективного управління підприємством (SoNet).
26. <http://miratech-pro.com.ua>. - комплексна система автоматизації управління підприємством (Міратекс-Про).
27. <http://www.cmarket.ua>-система автоматизації підприємства (Smarket4.0).
28. <http://intelserv.kiev.ua>-система управління виробничими та торговими підприємствами (БЭСТ-ПРО).
29. <http://pool.kiev.ua>. - розробник програмного забезпечення ПУЛ (In Team).
30. <http://www.SunSvstems.com> - комплексна система управління підприємством (SunSystems).

**Додаток Г - Зразок оформлення титульної сторінки звіту про
виконання контрольних робіт**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра обліку і аудиту**

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з дисципліни

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Курс 6, група ЗОА –081

Ткач Петро Петрович

Варіант 1, студ. квиток № 081315

Перевірив _____.

“ _____ ” _____ 201_ р.

Чернігів ЧНТУ 2014