

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра обліку і аудиту

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання лабораторних робіт та самостійної роботи
для студентів спеціальностей
7.03050901 та 8.03050901 "Облік і аудит"
усіх форм навчання

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

Електронна комерція. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт та самостійної роботи студентів спеціальностей 7.03050901 та 8.03050901 "Облік і аудит" усіх форм навчання / Укладачі: Волот О.І., Пліско І.М.— Чернігів: ЧНТУ, 2014. — 41 с.

Укладачі: Волот Олена Ігорівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Пліско Ірина Миколаївна, 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	5
1 Тема №1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	7
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №1. ЗНАЙОМСТВО З МОЖЛИВОСТЯМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В INTERNET	7
1.1 Практичні завдання	7
1.2 Питання для обговорення	8
1.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	8
1.4 Завдання для індивідуальної роботи	9
2 Тема № 2. ПЛАТІЖНІ ТА ФІНАНСОВІ СИСТЕМИ INTERNET	10
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №2. СИСТЕМИ ПЛАТЕЖІВ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	10
2.1 Практичні завдання	10
2.2 Питання для обговорення	13
2.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	13
2.4 Завдання для індивідуальної роботи	14
3 Тема № 3. БЕЗПЕКА І ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	15
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №3. БЕЗПЕКА І ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В INTERNET	15
3.1 Практичні завдання	15
3.2 Питання для обговорення	15
3.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	16
3.4 Завдання для індивідуальної роботи	16
4 Тема № 4. МАРКЕТИНГ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	17
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №4. РЕКЛАМА І МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ	17
4.1 Практичні завдання	17
4.2 Питання для обговорення	18
4.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	18
4.4 Завдання для індивідуальної роботи	19
5 Тема № 5. ЕЛЕКТРОННИЙ РИНОК НА БАЗІ INTERNET	20
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №5. ФОРМИ INTERNET-ТОРГІВЛІ. INTERNET- АУКЦІОНИ. ІНФОРМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ. ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ... ..	20
5.1 Практичні завдання	20
5.2 Питання для обговорення	22
5.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	22
5.4 Завдання для індивідуальної роботи	22
6 Тема № 6. ВІРТУАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА	23
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №6. ЗНАЙОМСТВО З ВІРТУАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	23
6.1 Практичні завдання	23
6.2 Питання для обговорення	23
6.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	24
6.4 Завдання для індивідуальної роботи	24

7 Тема № 7. ТАКТИЧНІ ПРИЙОМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	25
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №7. ОПТИМІЗАЦІЯ ПОШУКУ В СИСТЕМАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОГРАМНИХ АГЕНТІВ	25
7.1 Практичні завдання	25
7.2 Питання для обговорення	25
7.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	26
7.4 Завдання для індивідуальної роботи	26
8 Тема № 8. ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	27
ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №8. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	27
8.1 Практичні завдання	27
8.2 Питання для обговорення	28
8.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань.....	28
8.4 Завдання для індивідуальної роботи	28
9 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ВИКОНАННЯ ЦИКЛУ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ	32
10 ФОРМИ КОНТРОЛЮ ТА ПОРЯДОК ЗАРАХУВАННЯ РОБОТИ	32
11 ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ	33
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	35
Додаток А – Перелік рекомендованих тем для написання рефератів	37
Додаток Б – Перелік питань до лабораторної роботи № 1	39
Додаток В – Рекомендовані Інтернет-ресурси	40
Додаток Г – Приклад оформлення титульної сторінки звіту про виконання лабораторних робіт	41

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 різномісних електронних платіжних систем.

1 ТЕМА №1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

При вивченні даної теми особлива увага має бути приділена розумінню основних понять і категорій, а також основних груп суб'єктів та напрямів електронної комерції та набути навичок роботи з пошуковими системами.

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №1. ЗНАЙОМСТВО З МОЖЛИВОСТЯМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В INTERNET

Мета роботи: ознайомитися з основними поняттями електронної комерції, набути практичних навичок роботи з пошуковими системами Internet для вирішення бізнес-задач

1.1 Практичні завдання

Завдання 1.1.1 Провести графічний аналіз динаміки розвитку світового та вітчизняного електронного ринку у формі табл. 1.1, визначити темпи росту показників основних сфер електронної комерції. Дати письмові пояснення.

Таблиця 1.1 – Розвиток основних сфер електронної комерції у світі у 2003 – 2012 рр.

Сфера електронної комерції	Роки									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
B2B										
B2A										
B2C										
C2C										
C2A										

Завдання 1.1.2 Визначити, до яких систем належать наведені поняття та терміни. Результати роботи оформити у вигляді табл. 1.2.

Аукціон, портал, еквайер, НТТР, емітент, е-сom, банер, трансація, WWW, браузер, домен, Internet-магазин, FTP, гіпертекст, процесінг, IRC, сервер, хост, ICQ, торговельний майданчик, дебетова картка, HTML, е-мол, таргетінг, сайт, електронний чек, інтерфейс, B2B, B2C, брендинг, електронний мол, авторизація, on-line, електронна біржа, провайдер, старт-картка.

Таблиця 1.2 – Системи електронної комерції

Організаційна система електронної комерції	Система комунікацій	Система платежів	Система маркетингу і реклами

Завдання 1.1.3 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 Києва.

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.

1.2 Питання для обговорення

1. Ієрархічна конструкція інформаційного комплексу.
2. Internet - економіка. Її місце в інформаційному комплексі.
3. Нові форми соціальної і економічної діяльності, які створює Інтернет.
4. Основні категорії мережі Internet.
5. Основні служби мережі Internet.
6. Ідентифікація Internet-ресурсів.

1.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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?

1.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. Розвиток електронної комерції на Заході, в Росії та в Україні.

1. Перспективи електронної комерції.

2. Розвиток електронної комерції напрямку B2B у світі та в Україні.

3. Особливості українського сегмента Internet.

4. Процедура створення Web-сайта.

5. Бізнес-моделі сайтів.

2 ТЕМА №2. ПЛАТІЖНІ ТА ФІНАНСОВІ СИСТЕМИ ІНТЕРНЕТ

При вивченні даної теми слід звернути увагу на те, що сьогодні існують електронні платіжні системи, які дозволяють здійснювати оплату за товари та послуги через Інтернет. У навчальному посібнику «Електронна комерція» в розділі 2 описано різні типи таких систем (на основі кредитних карток, електронних грошей, смарт-карток, Інтернет-банкінгу) та принципи їх функціонування.

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №2. СИСТЕМИ ПЛАТЕЖІВ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Мета роботи: Ознайомитися з принципами роботи платіжних систем (на прикладі міжбанківської системи електронної доставки і оплати рахунків Portmone.com). Набути навичок роботи в мережі Internet з метою купівлі–продажу потрібного товару або послуги, операцій перевірки рахунків, формування замовлення, аналізу стану мережевої комерції за допомогою платіжних та фінансових систем Інтернет. Розглянути та порівняти різні платіжні системи.

2.1 Практичні завдання

Завдання 2.1.1 Порядок виконання роботи (на прикладі міжбанківської системи електронної доставки і оплати рахунків Portmone.com):

1. Запустити систему Portmone.com

Адреса сторінки, з якою можливо відкрити систему:
<http://www.portmone.com.ua/v2/ru/>

2. Вивчити можливості і послуги системи Portmone.com : як платити, чим платити, кому платити, скільки коштує, квитанція про оплату, переваги, послуги і тарифи, безпека.

3. Зареєструватися, слідуючи порядку який описаний у системі.

4. Увійти до системи і сплатити експрес-платіж.

Система Portmone.com дозволяє:

– одержувати і оплачувати рахунки за комунальні послуги, мобільний зв'язок, стаціонарний зв'язок, Інтернет, кабельне ТБ і багато що інше, через Інтернет або мобільний телефон, за допомогою платіжних карток систем Visa і Mastercard

– оплачувати свої покупки в Інтернет -магазинах за допомогою платіжних карток Visa і Mastercard

– купувати електронні ваучери операторів мобільного зв'язку, Інтернет-провайдерів і IP-телефонії через Інтернет або мобільний телефон за допомогою платіжних карток Visa і Mastercard

– оформляти і оплачувати поліси страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, поліси добровільного страхування наземного транспорту (Авто КАСЬКО), поліси обов'язкового страхування виїжджаючих за рубіж («Зелена карта»), страхування нерухомості і туристичного страхування через Інтернет

– оформляти і оплачувати підписку на періодичні видання в Інтернеті
Банки-партнери

- Розрахунковими банками - еквайєрами для системи Portmone.com є:
- Банк «Финансы и Кредит»
- Райффайзен Банк Аваль
- Надра Банк
- Укрсоцбанк

Оформити і роздрукувати звіт з демонстрацією головних вікон системи і експрес-платежу, описуючи всі кроки в роботі з системою. Надати паперову квитанцію, підтверджуючу платіж в системі Portmone.com (скористатися разовою позаплановою доставкою квитанції).

Письмово відповісти на питання

1. Які саме картки приймаються до сплати?
2. Що робити, якщо на картці VISA Electron або Cirrus/Maestro не має CVC2/CVV2 коду?
3. Як швидко платіж дійде до компанії – постачальника послуг?
4. Чи можлива сплата рахунка за кооперативну квартиру через Portmone.com?
5. Як сплатити рахунки за електроенергію, газ?
6. Чи є послуги Portmone.com платними?
7. Чи існують у системі обмеження по мінімальному розміру платежу?

Завдання 2.1.2

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. Послідовно зайдіть на сайти платіжних систем Webmoney (www.webmoney.ru, приклад дивись рисунок 2.1), CyberPlat (www.cyberplat.ru). PayCash (www.paycash.kiev.ua)

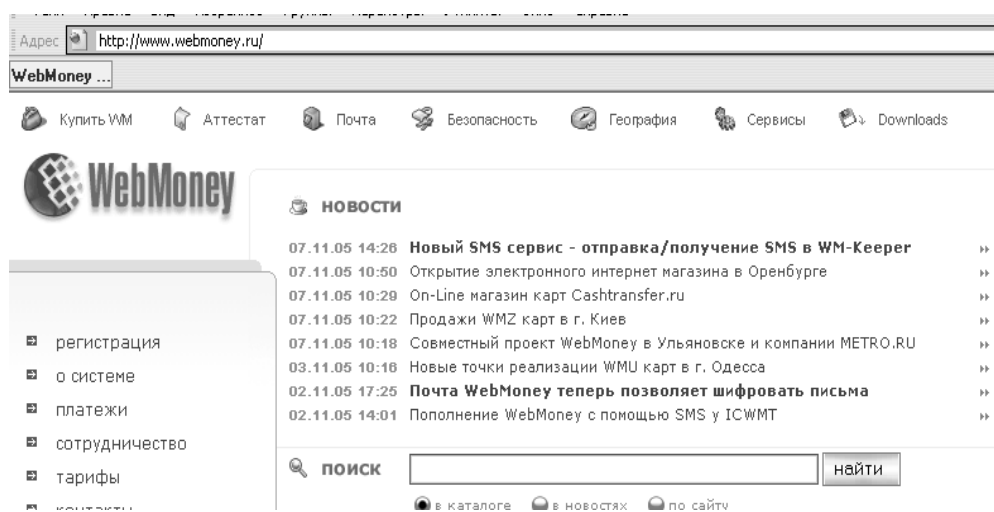


Рисунок 2.1 – Система електронних платежів Webmoney

Проведіть їх порівняльний аналіз за переліком питань з таблиці, та дайте на них письмові відповіді у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – 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. 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 2.1.3 Вивчення функціональних можливостей та набуття 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.

2.2 Питання для обговорення

1. Відмінність між електронною візитною карткою фірми і корпоративним сайтом.
2. Послуги з ведення електронного бізнесу, які надають своїм клієнтам бізнес-портали.
3. Можливості щодо переведення послуг на новий рівень, які надають банкам сучасні Інтернет – технології.
4. Програмне забезпечення, яке використовується для реалізації Інтернет – банкінгу.
5. Відмінність між Інтернет – банкінгом і РС –банкінгом.
6. Канали банківського обслуговування що використовують віртуальні банки.

2.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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?
- Чи існують у системі обмеження по мінімальному розміру платежу?

2.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. У чому полягає необхідність платіжних систем в Інтернет?
2. Для чого потрібна аутентифікація покупців і продавців?
3. Характеристика електронних платіжних систем
4. Сутність електронних чеків
5. Чи є гарантії з боку української держави щодо використання електронних грошей? Обґрунтуйте думку
6. Концепція Віртуального Уряду в Україні - проблеми та перспективи.
7. Розробка електронного магазину на основі порталу магазинів - українські можливості.
8. Системи на основі електронних грошей на Україні - переваги та недоліки для клієнта.
9. Перспективи смарт-технології для розрахунків через Інтернет.
10. Системи на основі кредитних карток - використання в Україні.
11. Як "просунути" свій сайт в Інтернет.
12. Характеристика законодавства різних держав щодо електронних підписів.

3 ТЕМА №3 БЕЗПЕКА І ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Під час вивчення даної теми слід розглянути заходи різних рівнів, що можуть бути використані для організації захищеної системи електронної комерції:

- законодавчий (закони, нормативні акти, стандарти та ін.);
- адміністративний (дії загального характеру організації, що робляться керівництвом);
- процедурний (конкретні заходи безпеки, що мають справу з людьми);
- програмно-технічний (для ідентифікації і перевірки автентичності користувачів; управління доступом; протоколювання і аудиту; криптографії; екранування та ін.).

Особливу увагу слід приділити вивченню можливих загроз безпеці систем електронної комерції, а також конкретних механізмів усунення цих загроз.

Необхідно також детально розглянути групи програмних засобів, призначених для організації захисту в мережах (оскільки системи електронної комерції базуються саме на використанні мереж).

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА № 3. БЕЗПЕКА І ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В INTERNET

Мета роботи: вивчення організації безпеки та захисту інформації в Internet

3.1 Практичні завдання

Завдання 3.1.1 У лабораторній роботі студенти самостійно вибирають ПЗ, призначене для захисту інформації в корпоративних мережах та мережі Інтернет, встановлюють його на комп'ютері (комп'ютерах) під час практичних занять.

Наприклад, можна розглянути настроювання ПЗ (ftp://10.1.1.66/GCIS/Security/NetworkSecurity) або ж антивірусних комплексів

(ftp://10.1.1.66/Antivirus/,ftp://10.1.1.66/Avp_nt.ser/,ftp://10.1.1.66/AVP35/)

В результаті самостійного опрацювання студентом має бути підготовлено звіт з описом основних параметрів настроювання, особливостей функціонування обраного програмного засобу та ін.

Завдання 3.1.2 Знайдіть в Internet програму шифрування (окрім PGP), ознайомтесь з методами її роботи. Опишіть приклад шифрування повідомлення та створення цифрового підпису.

3.2 Питання для обговорення

1. Що розуміють під інформаційною безпекою системи електронної комерції?

2. Які існують основні проблеми безпеки інформації в системах електронної комерції?

3. Назвіть рівні, на яких можуть здійснюватися заходи з безпеки систем електронної комерції.
4. Які ви знаєте групи процедурних заходів безпеки.
5. Назвіть основні механізми безпеки систем електронної комерції.
6. Які типи загроз безпеці систем електронної комерції існують?
7. У чому полягає розробка концепції інформаційної безпеки?
8. Назвіть основні групи програмного забезпечення, що може бути використане для захисту систем електронної комерції.
9. Що таке Firewall? Наведіть приклади.

3.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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 карт для платежів в Інтернет з точки зору безпеки даних.

3.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. Що розуміють під інформаційною безпекою системи електронної комерції?
2. Які існують основні проблеми безпеки інформації в системах електронної комерції?
3. Назвіть рівні, на яких можуть здійснюватися заходи з безпеки систем електронної комерції.
4. Які ви знаєте групи процедурних заходів безпеки.
5. Назвіть основні механізми безпеки систем електронної комерції.
6. Які типи загроз безпеці систем електронної комерції існують?
7. У чому полягає розробка концепції інформаційної безпеки?
8. Назвіть основні групи програмного забезпечення, що може бути використане для захисту систем електронної комерції.
9. Що таке Firewall? Наведіть приклади
10. Організація системи безпеки електронного магазину.
11. Електронний цифровий підпис та його використання в електронній комерції.
12. Впровадження електронного цифрового підпису в Україні.
13. Страховий Інтернет України.
14. Основні складові безпеки систем електронної комерції.
15. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів.
16. Різновиди шахрайства в електронній комерції.
17. Системи захисту інформації, що передається в Internet.
18. Забезпечення захисту у платіжних системах в Internet.

4 ТЕМА №4 МАРКЕТИНГ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

При вивченні цієї теми необхідно виділити, що особливе значення в системі маркетингу будь-якого підприємства відіграють маркетингові дослідження — процеси пошуку, збору, обробки даних та підготовки інформації для прийняття оперативних і стратегічних рішень у комерційній діяльності компанії.

Інтернет посідає особливе місце як зовнішнє джерело інформації для маркетингових досліджень. Для пошуку інформації в мережі Інтернет призначені пошукові служби, які можемо умовно розділити на три групи:

- пошукові сервери;
- тематичні каталоги;
- спеціалізовані пошукові служби

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА № 4. РЕКЛАМА І МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Мета роботи: вивчення процесу організації реклами і маркетингу в глобальній мережі Internet

4.1 Практичні завдання

Завдання 4.1.1 Ввійти в мережу Internet.

У рядок, відведений для адреси, ввести адресу маркетингової компанії Трилан (<http://www.trilan.ru>). Час пошуку залежить від швидкодії використовуваного каналу зв'язку.

На екрані з'явиться перша сторінка сайту. У розділі системного меню «Послуги» за допомогою списку, що розкривається, ознайомитися з видами послуг, які надає компанія. Результати оформити у вигляді табл. 4.1.

Таблиця 4.1 – Послуги компанії Трилан

№ з/п	Сфера послуг	Група послуг	Види послуг
1	Design.TriLan		
2	Develop.TriLan		
3	Promo.TriLan		
4	Adv.TriLan		
5	Hosting.TriLan		

Завдання 4.1.2 Ознайомитися з порядком замовлення маркетингових послуг в мережі Internet.

У розділі системного меню «Заказ послуг» ознайомитися із порядком оформлення заявки на замовлення послуг.

Заповнити заявку, відповідно до визначеного варіанта.

Таблиця 4.2 – Варіанти до завдання 4.1.2

№ варіанта	Вид послуги	Назва фірми	Сфера діяльності фірми
1	Web-дизайн сайта	SunTrevel	Туристичні послуги
2	Просування сайта	Еліт-тепло	Продаж опалювального обладнання
3	Хостинг	Клеопатра	Продаж косметики і парфумерії
4	Експрес-аудит	Екопласт	Виробництво і продаж виробів із пластмас
5	Реклама	Rentmotors	Оренда автомобілів

Результати подати в зошиті у вигляді форми для замовлення (див. табл. 4.3).

Таблиця 4.3 – Форма для заповнення заявки

Назва компанії	
Контактна особа	
Телефон	
Електронна пошта	
Вид послуги	
Адреса сайта фірми-замовника	
Слова для просування	
Загальна постановка завдання	
Варіанти оплати (готівкою кур'єрові, Yandex-Money, Web-Money)	

Завдання 4.1.3 Оцініть український ринок банерних мереж. Знайдіть цінові різниці на розміщення банерів різних розмірів. Визначте яким ціновим моделям розміщення реклами віддають перевагу в українській частині Internet.

8.4 Питання для обговорення

1. Поняття маркетингу. Система маркетингу підприємства.
2. Маркетингові дослідження на Internet – ринку.
3. Реклама в електронній комерції та її ефективність.
4. Internet – реклама – форма Internet – бізнесу.
5. Принципи маркетингу в Internet.

8.4 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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.

8.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. Інтернет-реклама, як форма бізнесу на українському ринку Інтернет-послуг.
2. Основні методи первинних маркетингових досліджень в мережі Інтернет.
3. Моделі оплати реклами та особливості маркетингу в Інтернет.
4. Основні методи реклами, які слід використовувати при рекламі електронного магазину.
5. Цінові моделі розміщення реклами.
6. Метод e-mail реклами.
7. Основні принципи банерної реклами

5 ТЕМА №5. ЕЛЕКТРОННИЙ РИНОК НА БАЗІ INTERNET

При вивченні даної теми особливу увагу слід приділити розумінню того, що на сьогоднішній день існує глобальний міжнародний ринок на базі мережі Інтернет. Цей ринок характеризується своїми правилами та принципами торгівлі. Виділяють декілька секторів ринку електронної комерції:

- сектор роздрібної торгівлі;
- ринок торгівлі між підприємствами;
- фінансовий сектор.

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА № 5. ФОРМИ INTERNET – ТОРГІВЛІ. INTERNET – АУКЦІОНИ. ІНФОРМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ. ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ

Мета роботи: ознайомлення з правилами та принципами різних форм Інтернет – торгівлі, Інтернет – аукціонів, електронних інформаційних послуг, дистанційного навчання. Оволодіти практичними навиками роботи з Інтернет – магазинами.

5.1 Практичні завдання

Завдання 5.1.1 Послідовно зайдіть на сайти українських і російських Internet – крамниць [//www.e-commerce.ru](http://www.e-commerce.ru). [//www.Software.com.ua](http://www.Software.com.ua). [//www.eBau.ru](http://www.eBau.ru). [//www.Ukrtrust.com](http://www.Ukrtrust.com). [//www.GdeVagon.ru](http://www.GdeVagon.ru) ://, та дайте відповіді на такі запитання:

1. Які групи товарів (послуг) можна придбати (отримати) у цих крамницях?
2. Які механізми використовуються для надання цінової інформації на запропоновані товари (послуги)?
3. Як (візуально, з допомогою текстового опису тощо) потенційні покупці можуть ознайомитися з товарами (послугами)?
4. Які механізми замовлення товару що працюють у цих Internet – крамницях?
5. Чи існує в цих Internet – крамницях система знижок на товари? Які вони порівняно з традиційними крамницями?
6. Які системи доставки товарів пропонуються покупцям — традиційна пошта, кур'єрська доставка тощо?
7. Які регіони охоплює система доставки товарів цих Internet-крамниць?
8. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти?
9. Чи є цей он-лайнний бізнес відображенням оф-лайнного бізнесу?

Аргументуйте свою думку.

Завдання 5.1.2 Визначити послідовність етапів створення Internet-магазину, вказавши їх у правильному порядку:

- Визначення місії магазину.
- Проектування сайту.
- Визначення типу магазину.

- Створення сайту.
- Вибір доменного імені.
- Визначення цільової аудиторії.
- Прогноз доходності та окупності.
- Реєстрація доменного імені.
- Реєстрація Internet-магазину в органах влади.
- Отримання патентів і ліцензій.
- Розміщення сайту в Internet.
- Реєстрація сайту в пошуковій системі.
- Відкриття рахунку в банку.

Завдання 5.1.3 1. Послідовно зайдіть на сайти он-лайнних аукціонів „Молоток” (www.Molotok.ru), eBay (www.eBay.com), приклад сторінки Інтернет аукціону eBay наведено на рисунку 10.1, та дайте письмово відповіді на запитання:

8. Чи діє на цих аукціонах система рейтингових оцінок покупців і продавців?
2. Які механізми використовуються для надання інформації про лоти?
3. Якими шляхами (візуально, з допомогою текстового опису тощо) потенційні покупці можуть ознайомитися з товарами?
4. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти? Проведіть їх порівняльний аналіз.

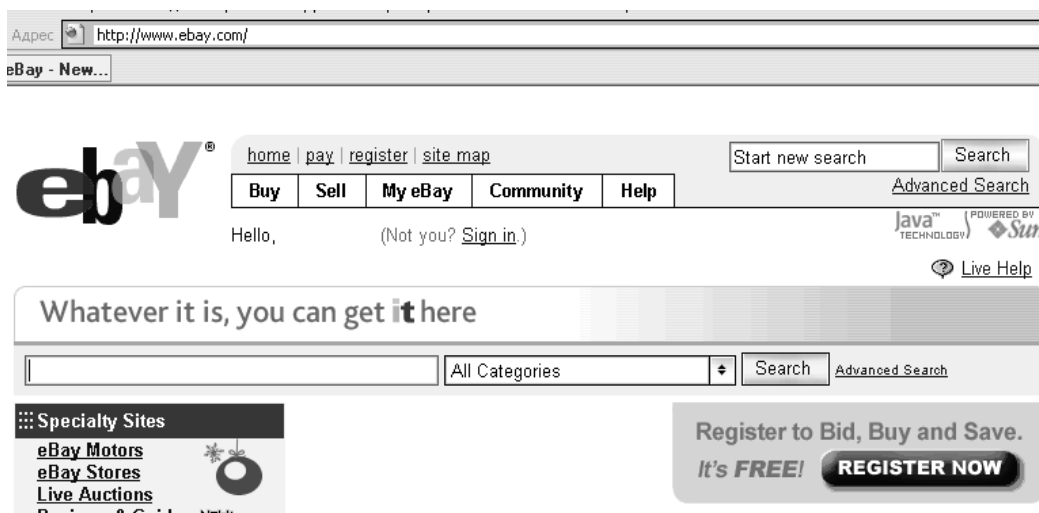


Рисунок 5.1 – Інтернет-аукціон eBay

Завдання 5.1.4. 1. Послідовно зайдіть на сайти віртуального мегауніверситету Сучасний Гуманітарний Університет (muh.ru) і українських навчальних закладів, які вже впровадили систему дистанційної освіти на основі телематики: Харківський політехнічний інститут (kpi.kharkov.ua), Львівського інституту менеджменту (lim.lviv.ua), Київського інституту інвестиційного менеджменту. Дайте письмово відповіді на запитання:

1. Які дистанційні курси (з яких предметів) запропоновано в цих

навчальних закладах на платній основі?

2. Чи є на цих сайтах безкоштовні курси або курси для апробації?
3. Зареєструйтесь на один з розшуканих апробаційних дистанційних курсів і з'ясуйте, чи зручно для користувача відбулася реєстрація.
4. Чи швидко відповідає куратор дистанційного курсу?
5. Які механізми для спілкування членів віртуальної групи запропоновано на сайтах?
6. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти, проведіть їх порівняльний аналіз?
7. Чи є цей он-лайнний бізнес щодо надання платних педагогічних послуг відображенням оф-лайнного бізнесу? Аргументуйте свою думку.

5.2 Питання для обговорення

1. Електронний магазин. Технічне забезпечення електронного магазину.
2. Програмне забезпечення електронного магазину.
3. Інструментальні засоби для створення, настройки та управління електронним магазином.
4. Інструментальні технології для створення, настройки та управління електронним магазином.
5. Аналіз інформації – основа ринку.
6. Обробка електронних платежів та вибір платіжних ресурсів.

8.4 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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?

5.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. Переваги та відмінності електронного ринку у порівнянні з традиційним.
2. Види фінансових електронних ринків.
3. Програмні засоби які використовуються для створення електронного магазину.
4. Інструментальні технології для створення, настройки та управління електронним магазином.
5. Принципи ціноутворення на електронному ринку.

6 ТЕМА №6. ВІРТУАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА

Для розуміння матеріалу даної теми потрібно усвідомити, *що визначають наступні критерії класифікації віртуальних підприємств*: 1) юридичні; 2) географічні; 3) господарсько-економічні; 4) системно-мережеві. Виділяються два головні класи:

- 1) віртуальні корпорації;
- 2) віртуальні співтовариства

. Віртуальна корпорація (ВК) являє собою електронне об'єднання капіталів (ресурсів) різного типу – фінансового, технологічного, людського (зокрема, інтелектуального) в інтересах виконання складних унікальних проектів, створення продукції світового класу та максимально повного задоволення вимог замовника.

Віртуальне співтовариство (партнерство) являє собою комп'ютерно інтегровану (штучну) організацію осіб, які разом ведуть справу (осіб, що знаходяться у відносинах кооперації, тобто виконують спільну справу та координують свої дії) з метою сприяння отримання прибутку та які є географічно віддаленими одна від одної.

Кращому засвоєнню теми сприятиме і знайомство з реальними ВП. Класичними прикладами віртуальних підприємств виступають європейський консорціум Airbus Industries, що виготовляє добре відомі аеробуси, а також ВП фірм Apple та Sony, що об'єднали свої зусилля під час роботи над проектом Powerbook. Тощо. Приклади реальних ВП можна знайти на сайтах www.niip.org та www.virtual-organization.net та ис.

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №6. ЗНАЙОМСТВО З ВІРТУАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Мета роботи: отримати уявлення про віртуальні підприємства.

8.4 Практичні завдання

Завдання 6.1.1

Вибрати один з напрямків діяльності віртуальних організацій з переліку вище перелічених сайтів (або інший):

Детально вивчити роботу декількох організацій обраного напрямку. Виділити основні функціональні можливості, що надаються при віддаленій роботі клієнтам, працівникам, партнерам, тощо. Порівняти між собою 3(4) організації за виділеними характеристиками, описати в таблиці. Проілюструвати за допомогою схеми та пояснити текстом взаємодію учасників віртуальної організації – компаній, клієнтів, партнерів, посередників (див. приклад нижче).

6.2. Питання для обговорення

1. Поняття віртуального підприємства.
2. Класи віртуальних підприємств.
3. „Життєвий цикл” та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств.
4. Технологічні засоби для побудови віртуальних підприємств.

5. Етапи створення віртуального підприємства.
6. Приклади реальних віртуальних підприємств.

8.4 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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.

8.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. Віртуальні організації – приклади створення.
2. Структура віртуального підприємства.
3. „Життєвий цикл віртуального підприємства” і його етапи.
4. Класифікація віртуального підприємства на основі топологій.

Тема 7. ТАКТИЧНІ ПРИЙОМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Оскільки мережа Інтернет є основою сучасної електронної комерції, то очевидно, що технологічні засоби та тактичні прийоми, що в ній використовуються, покликані сприяти ефективності діяльності систем електронної комерції в тій чи іншій компанії.

В цьому контексті мають на увазі:

- розвиток та використання стандартів електронного обміну даними (ЕОД) в системах електронної комерції;
- використання спеціальних програмних засобів, які можуть функціонувати в середовищі Інтернет і при цьому сприяти підвищенню ефективності систем електронної комерції — це і програмні засоби для здійснення рекламних заходів в електронній комерції (наприклад, програмні продукти для банерної реклами), це і програмні агенти (Software agents), які допомагають потенційному покупцеві прискорити в системах електронної комерції основних стадій процесу купівлі.

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА №7 ОПТИМІЗАЦІЯ ПОШУКУ В СИСТЕМАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОГРАМНИХ АГЕНТІВ

Мета роботи: Ознайомлення з програмними агентами та набуття практичних навичок роботи з ними під час пошуку товарів в електронних магазинах.

7.1 Практичні завдання

Завдання 7.1.1: Завантаження програмного агента Copernic Shopper та інсталяція його на власному ПК(з сайту [www. Copernic.com](http://www.Copernic.com)) або якогось іншого. Робота з інтерфейсом програми Copernic Shopper. Проаналізуйте методи формування пошукового запиту, та здійснення пошуку товарів в електронних магазинах. Фільтрація результатів пошуку за вибраними ознаками (ціна, терміни поставок та ис.). Методи обрання найкращої пропозиції.

8.4 Питання для обговорення

1. Internet як основа розвитку системи електронної комерції.
2. Розвиток та використання стандартів у системах електронної комерції.
3. Програмні агенти як посередники в електронній комерції.
4. Гнучкість організаційної структури.
5. Підвищення ефективності в електронній комерції.
6. Застосування електронної комерції.
7. Необхідність експериментування в ринковому просторі.
8. Організаційні питання в електронній комерції.
9. Практичні питання в електронній комерції.
- 10.Маркетингові заходи.
- 11.Правові питання в електронній комерції.

8.4 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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?

8.4 Завдання для індивідуальної роботи

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

8 ТЕМА №8. ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Цій темі присвячені деякі нові розробки, які найближчим часом вплинуть на розвиток електронної комерції. Технології: Інтернет і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротрансакції, програми-агенти. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.

ЛАБОРАТОРНА РОБОТА № 8. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Мета роботи: Ознайомитись зі змістом основних нормативно-правових актів, що регламентують процеси формування та розвитку вітчизняної та міжнародної електронної комерції. Розрахувати ефективність та обрати оптимальний варіант функціонування web-сервера.

8.1 Практичні завдання

Завдання 8.1.1 Ознайомитись зі змістом основних нормативно-правових актів, що регламентують процеси формування та розвитку вітчизняної та міжнародної електронної комерції та проаналізувати їх базові положення. Результати роботи оформити у вигляді істе. 8.1.

Завдання 8.1.2 Розрахувати ефективність та обрати оптимальний варіант функціонування web-сервера, використовуючи дані істе. 8.2.

Вказівки до виконання завдання:

8. Ефективність застосування різних засобів входу на сервер розраховується за формулою:

$$E_3 = \frac{K_3}{ЗКВ},$$

де, E_3 - ефективність засобу входу;

K_3 - кількість відвідувачів, що скористалися засобом входу на сервер;

ЗКВ – загальна кількість відвідувань сервера за досліджуваний період.

8. Оцінка відвідувань сторінок сервера визначається за формулою:

$$O_e = \frac{K_{ec}}{ЗКВ},$$

де, O_e - оцінка відвідувань сторінки за досліджуваний період;

K_{ec} - кількість відвідувань сторінки за досліджуваний період.

8. Ефективність банерної реклами визначається за формулою:

$$E_6 = \frac{K_6}{B_k},$$

де E_6 - ефективність банерної реклами;

K_6 - кількість відвідувачів сторінки, де знаходиться інформаційний банер;

$B_к$ - кількість відвідувачів, які «клікнули» інформаційний банер.

8. Ефективність перетворення відвідувачів у покупців розраховується за формулою:

$$E_6 = \frac{B}{K_6} * 100\%,$$

де E_6 - ефективність перетворення відвідувачів у покупців;

B – кількість відвідувачів, які купили товар;

K_6 - загальна кількість відвідувачів серверу.

5. Кількість повторних відвідувань сервера визначається за формулою:

$$K_n = \frac{3KB}{K_6}.$$

6. Обрати оптимальний варіант функціонування web-сервера, зробити відповідний висновок.

8.2. Питання для обговорення

1. Нормативно-правове забезпечення істими електронної комерції.
2. Системи електронного документообігу в електронній комерції.
3. Методи визначення ефективності електронної комерції.
4. Напрями оцінки ефективності електронної комерції.

8.3 Питання для самостійного опрацювання та перевірки знань

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?

8.4 Завдання для індивідуальної роботи

1. Розвиток та використання стандартів у системах електронної комерції.
2. Гнучкість організаційної структури.
3. Підвищення ефективності в електронній комерції.
4. Необхідність експериментування в ринковому просторі.
5. Організаційні питання в електронній комерції.
6. Маркетингові заходи.
7. Правові питання в електронній комерції.

Таблиця 8.1 – Регламентация сфери електронної комерції

№ п/п	Аспекти діяльності, що підлягає регламентуванню	Нормативний акт	Короткий зміст
1	2	3	4
1	Правовий статус електронного документа та його оригіналу	Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»	
2	Порядок відправлення електронного документа	Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»	
3	Порядок одержання електронного документа	Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»	
4	Гарантії одержання та цілісності електронного документа	Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»	
5	Правила зберігання електронного документа	Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»	
6	Суб'єкти електронного цифрового підпису	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	
7	Правовий статус електронного цифрового підпису	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	
8	Призначення електронного цифрового підпису	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	
9	Структура сертифіката ключів	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	
10	Права і обов'язки підписувача	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	

Продовження таблиці 8.1

1	2	3	4
11	Права і обов'язки центра сертифікації ключів	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	
12	Функції центрального засвідчу вального органа	Закон України «Про електронний цифровий підпис»	
13	Права споживачів телекомунікаційних послуг	Закон України «Про телекомунікації»	
14	Обов'язки споживачів телекомунікаційних послуг	Закон України «Про телекомунікації»	
15	Правові основи діяльності провайдерів телекомунікацій	Закон України «Про телекомунікації»	
16	Завдання адміністрування українського сегмента мережі Інтернет	Закон України «Про телекомунікації»	
17	Учасники ринку адміністрування та реєстрації доменних імен в домені. UA	Концепція розвитку домену. UA	
18	Принципи реєстрації доменних імен в домені. UA	Концепція розвитку домену. UA	
19	Юридична чинність документів у формі повідомлень	Типовий закон ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю»	
20	Укладання і дійсність комерційних контрактів	Типовий закон ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю»	

Таблиця 8.2 – Вихідні дані до завдання 8.1.2

№ п/п	Показники	Од. виміру	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3	Варіант 4	Варіант 5
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Відвідувачі, які потрапили на сервер за півроку завдяки використанню банера на іншому сервері	% від п. 4	10	30	25	12	20
2	Відвідувачі, які потрапили на сервер за півроку завдяки використанню гіперпосилання на пошуковому сервері	чол.	15	80	95	55	100
3	Відвідувачі, які потрапили на сервер за півроку за адресою сервера	% від п. 4	3	15	40	7	30
4	Загальна кількість відвідувачів сервера за півроку	чол.	800	900	1500	1000	2500
5	Відвідали візитну сторінку сервера за півроку	раз.	300	400	800	200	2000
		чол.	300	200	320	350	1500
6	Відвідали сторінку-каталог за півроку	раз.	200	600	400	400	600
		чол.	100	300	250	500	400
7	Відвідали сторінку з інформацією про додаткові послуги за півроку	раз.	250	300	600	500	700
		чол.	200	250	450	200	500
8	Відвідувачі, що «клікнули» банер:	чол.	50	100	300	150	800
	- на візитній сторінці						
	- на сторінці-каталозі						
	- на інформаційній сторінці	чол.	70	50	150	100	300
9	Відвідувачі, які купили товар у електронному магазині за півроку	чол.	55	140	500	300	1800
10	Загальна кількість відвідувань сервера за півроку	раз.	1600	2500	6000	3000	2100

9 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ВИКОНАННЯ ЦИКЛУ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ

Звіт з виконання циклу лабораторних робіт з дисципліни "Електронна комерція" виконується на комп'ютері, на перевірку і до захисту студент здає викладачу роздрукований звіт

Звіт виконується українською мовою на аркушах білого паперу формату А 4 (210×297 мм). Рекомендується дотримання полів: ліве – 25 –30 мм, праве - 10 мм, верхнє - 20 мм, нижнє - 20 мм. У тексті допускаються лише загальноприйняті скорочення.

Робота повинна бути виконана в друкованому вигляді, дотримуючись наступних вимог:

Шрифт Times New Roman

Розмір шрифту 14 пунктів

Відстань між рядками 1,5 інтервали

Розташування Книжне

Рубрикація частин тексту здійснюється лише арабськими цифрами.

Відстань між заголовком і текстом - 2 міжрядкових інтервали, в кінці заголовку крапка не ставиться. Підкреслення, перенос слів у заголовках не допускається.

Звіт з циклу лабораторних робіт складається із:

- титульної сторінки, зразок, якої наведено в додатку А;
- завдання;
- змісту;
- основної частини (лабораторні роботи);
- списку використаної літератури;
- додатків.

Номер сторінки проставляється арабськими цифрами, у правому верхньому кутку. Титульна сторінка і завдання не нумеруються.

Загальний обсяг звіту з циклу лабораторних робіт має бути близько 20 – 25 сторінок друкованого тексту, не враховуючи список використаної літератури та додатків.

Робота має бути виконана з урахуванням державних та галузевих стандартів. Мова роботи – державна, стиль – науковий.

10 ФОРМИ КОНТРОЛЮ ТА ПОРЯДОК ЗАРАХУВАННЯ РОБОТИ

Звіт з циклу лабораторних робіт входить до форми поточного контролю знань, являється допуском до семестрового заліку.

По кожній лабораторній роботі контроль полягає в оцінці виконання студентом окремих завдань роботи безпосередньо на ПК і в захисті звіту. Результати контролю оцінюються за двобальною системою : „зараховано”, „не зараховано”.

„Не зараховано” проставляється якщо:

- студент не може продемонструвати виконання на ПК окремих пунктів завдання своєї роботи;

- звіт по ній не відповідає вимогам, або містить результати виконання чужого варіанта;
- студент подає звіт про виконання лабораторних робіт пізніше вказаного викладачем терміну,
- студент дає неправильні відповіді на запитання поточного контролю, по технології і змісту лабораторної роботи, припускається грубих помилок і не може їх виправити,
- студент ухиляється від захисту без поважних причин.

Звіт з циклу лабораторних оцінюється за шкалою від 0 до 45 балів (згідно з Учбово-навчальною програмою). Кожна лабораторна робота від 0 до 5 балів. Відмінному рівню (максимальна кількість балів) відповідає:

- виявлення всебічного і глибокого знання програмного матеріалу;
- засвоєння інформації з лекційного курсу, основної та додаткової літератури;
- чітке володіння понятійним апаратом, методами та інструментарієм;
- своєчасність здавання звіту та захисту лабораторної роботи

Виконана і належним чином оформлена робота повинна бути здана на кафедру не пізніше ніж за тиждень до початку сесії. Після перевірки робота зараховується або не зараховується викладачем.

Роботи, які не відповідають встановленим вимогам за змістом чи оформленням повертаються на доробку до початку сесії. Студент, робота якого не зарахована до заліку не допускається.

11 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., Баришенська 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. Козье 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>)

ДОДАТКИ

Додаток А - ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ТЕМ ДЛЯ НАПИСАННЯ РЕФЕРАТІВ

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) (приклади інтеграції рішень електронної комерції, у бізнеси-процеси 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 ЛАБОРАТОРНОЇ РОБОТИ №1

1. Історія виникнення мережі Internet.
2. Поняття комп'ютерної мережі. Типи обчислювальних мереж (LAN, MAN, WAN).
3. Адресація в Internet.
4. Види доступу в Internet.
5. Призначення та вибір модемів.
6. Організація захисту інформації на комп'ютерах локальної мережі при під'єднанні цієї мережі до Internet.
7. Найпоширеніші послуги Internet.
8. Телеконференції. Використання телеконференцій для проведення маркетингових акцій підприємств.
9. Поштові протоколи Internet.
10. Системи управління інвестиціями через Internet.
11. Пропаганда та реклама в Internet. Інформаційна рекламна сторінка.
12. Демонстрація товарів і послуг у Internet.
13. Основні вимоги до електронних дошок.
14. Обробка електронних платежів.
15. Купівля-продаж на електронних аукціонах.

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 – ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ ТИТУЛЬНОЇ СТОРІНКИ
ЗВІТУ ПРО ВИКОНАННЯ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ**

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

**ЗВІТ
ПРО ВИКОНАННЯ ЛАБОРАТОРНИХ РОБІТ**

з дисципліни

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Курс 5, група ОАМ –091

Ткач Петро Петрович

Варіант 1, студ. квиток № 091315

Перевірив _____.

“_____” _____ 201_ р.

Чернігів ЧНТУ 2014