

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Кафедра менеджменту та аграрної економіки

Факультет агротехнологій та економіки

<i>Лектор</i>	доцент, к.е.н. Власенко Д.О.
<i>Семестр</i>	7
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	5
<i>Форма контролю</i>	залік
<i>Аудиторні години</i>	44 (14 год. лекційних, 30 год. практичних)

Загальний опис дисципліни

Мета вивчення курсу – формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі.

Завдання курсу: розуміння сутності електронного бізнесу та е-комерції; вивчення видів та моделей е-бізнесу; усвідомлення сутності системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі. В результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні знати: теоретичні основи організації та функціонування підприємств електронного бізнесу, види електронного бізнесу, особливості формування системи електронної комерції у корпоративному секторі та системи електронної комерції у споживчому секторі. На підставі отриманих знань студент повинен вміти: характеризувати кожний із видів електронного бізнесу, наводити приклади моделей е-комерції, створювати електронний магазин, робити покупки за допомогою електронного магазину з використанням різноманітних видів електронних платіжних систем.

Темати лекцій:

1. Поняття та значення електронної комерції.
2. Поняття інтернет-магазину та особливості його створення.
3. Поняття інтернет-аукціонів та організація продажу товарів з їх використанням.
4. Поняття електронних торговельних майданчиків та організація продажу товарів з їх використанням.
5. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції.
6. Організація надання послуг в електронній комерції.
7. Електронний маркетинг.
8. Регулювання та організаційно-правове забезпечення електронної комерції.
9. Ефективність електронної комерції.

Темати занять:

(семінарських, практичних)

1. Поняття та значення електронної комерції.
2. Поняття інтернет-магазину та особливості його створення.
3. Поняття інтернет-аукціонів та організація продажу товарів з їх використанням.
4. Поняття електронних торговельних майданчиків та організація продажу товарів з їх використанням.
5. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції.
6. Організація надання послуг в електронній комерції.
7. Електронний маркетинг.
8. Регулювання та організаційно-правове забезпечення електронної комерції.
9. Ефективність електронної комерції.