

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету менеджменту



(підпис)

(ініціали та прізвище)

Сидоренко І.І.

2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ
СФЕРАХ**

підготовки бакалавр
(назва освітнього ступеня)

денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма менеджмент готельного, курортного та
туристичного сервісу
(назва)

спеціалізації / предметної спеціальності _____
(за наявності) (шифр і назва)

спеціальності D3 Менеджмент
(шифр, назва спеціальності)

галузі знань 07 Бізнес, адміністрування та право
(шифр і назва)

ВИКЛАДАЧ (-ЧІ): Гудима О.В. к.е.н., доцент
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри ПМОіЛ

Протокол № 6 від "21" січня 2025 р.
Завідувач кафедри _____

(підпис) Павлюк Т.С.
(ініціали, прізвище)

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

(підпис) Полусмяк Ю.І.
(ініціали, прізвище)

2025 рік



Зв'язок з викладачем (викладачами): к.е.н., доц. Гудима Ольга Вікторівна

E-mail: OGudyma2006@i.ua

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558>

Телефон: (061) 289-41-15 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: Telegram – 0672981817

Кафедра: кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики, VI корпус, ауд.415

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Е-комерція в готельній, курортній та туристичних сферах» є формування системи теоретичних і практичних знань з електронної комерції, напрямки її розвитку й способи ведення, які дадуть змогу студентам та фахівцям професійно здійснювати свою діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі; оволодіння базовими навичками в сфері електронної комерції, зокрема основами функціонування Інтернет, правовими аспектами електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

Світ сьогодні змінюється так швидко і динамічно, що це не може не позначитися на готельно-курортному та туристичному бізнесі, які все більше переходить в “онлайн”, у сектор електронної комерції. Можливість надавати ГКТ послуги будь-де й будь-коли – це головна причина, чому представники всіх поколінь обирають Інтернет-бізнес. У недалекому майбутньому комерційний успіх буде прямо залежати від того, наскільки винятковий досвід покупки зможе запропонувати продавець для кожного покоління. Необхідно адаптувати маркетингові активності з урахуванням віку споживачів і кращого способу покупок, адже це допоможе розвинути необхідну гнучкість для подолання можливих криз у майбутньому.

Ми стаємо свідками наслідків цифрової трансформації в бізнес-моделях. Наприклад, цифрові технології дають змогу переорієнтувати межі фірм на більш глобальні рівні. Загальні цифрові моделі бізнесу, як правило, призводять до більш високого рівня взаємодії між різними учасниками. Такі підприємства, як правило, конкурують у більших масштабах, аніж традиційні підприємства, через низькі географічні межі та потреби в ресурсах для задоволення клієнтів. Оскільки витрати на пошук та спілкування значно знизилися, операційні витрати, як правило, набагато нижчі, ніж для традиційних підприємств. Інтернет-технології посилили рівень конкуренції, скоротили вхідні бар'єри, призвели до більшої кількості товарів-замінників і збільшили силу споживачів. Отже, можливості отримання прибутку зменшилася в більшості галузей. І, як наслідок, цифрові бізнес-структури стимулюють економічний розвиток середовища, що характеризується динамічною конкуренцією та високим споживчим надлишком.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Е-комерція в готельній, курортній та туристичних сферах» є:

- ознайомитися з основними теоретичними категоріями дисципліни;
- виробити навички використання засобів та інструментів е-комерції в фінансово-господарській діяльності підприємств готельно-курортної та туристичної сфери для забезпечення його конкурентоспроможності та фінансової стійкості;
- зрозуміти особливості здійснення е-комерції на підприємствах ГКТ сфери;
- набути вмінь з застосування комплексу спеціальних методів та технологій, що використовуються в е-комерції;
- виробити навички використовувати результати е-комерції для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.



Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	8-й	8-й
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість годин	150	
Лекційні заняття	22 год.	10 год.
Практичні заняття	22 год.	6 год.
Самостійна робота	106 год.	134 год.
Консультації	<i>консультації очні або дистанційні (понеділок-п'ятниця за попередньою домовленістю у telegram</i>	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

<i>КОМПЕТЕНТНОСТІ/</i> результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК11. Здатність до адаптації та дії в	1. Інформаційно-лекційні методи: – Лекції з використанням мультимедійних засобів – Електронні лекції – Консультавання 2. Проблемно-дослідницькі методи: – Аналіз проблемних ситуацій – Ділові ігри – Case-study – Рішення розрахункових задач 3. Інтерактивні методи: – Дискусії – Семінари – Круглі столи	1. Поточний контроль: – Усне опитування – Тестування – Виконання практичних завдань – Написання рефератів та доповідей (есе тощо) 2. Рубіжний контроль: – Тестування – Захист рефератів – Індивідуальні усні співбесіди 3. Підсумковий контроль: – Залік (усна або письмова форма) – тестування, усна співбесіда.



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

<p>новій ситуації. СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації. СК5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту. СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом. СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації. СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. СК16. Здатність визначати конкурентні переваги та перспективи розвитку СК17. Здатність аналізувати існуючу інфраструктуру та організувати процес її вдосконалення для розвитку ГКТС. СК18. Розуміти сутність, елементи, характеристики туристичної дестинації. СК19. Здатність використовувати необхідний методико-аналітичний інструментарій для формування стратегій розвитку туризму на певній території з урахуванням стану зовнішнього середовища.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Мозковий штурм 4. Самостійні методи: <ul style="list-style-type: none"> – Вивчення рекомендованої літератури – Виконання практичних завдань – Підготовка рефератів та доповідей 	
<p>Програмні результати навчання</p>		
<p>ПРН 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПРН 8. Застосовувати методи</p>	<p>1. Інформаційно-лекційні методи: – Лекції з використанням мультимедійних засобів – Електронні лекції – Консультування 2. Проблемно-дослідницькі методи: – Аналіз проблемних ситуацій – Ділові ігри</p>	<p>1. Поточний контроль: – Усне опитування – Тестування – Виконання практичних завдань – Написання рефератів та доповідей 2. Рубіжний контроль: – Тестування – Захист рефератів – Індивідуальні усні</p>



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

<p>менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.</p> <p>ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</p> <p>ПРН 13. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.</p> <p>ПРН 18. Застосовувати інструменти менеджменту в управлінні розвитком підприємств ГКТС.</p> <p>ПРН 19. Демонструвати навички аналізу складових інфраструктури та застосувати методи її вдосконалення з метою розвитку ГКТС.</p> <p>ПРН 20. Виявляти вміння враховувати специфіку та рекреаційно-туристичний потенціал території при формуванні та управлінні туристичними дестинаціями</p> <p>ПРН 21. Демонструвати навички використання інструментарію стратегічного менеджменту для розвитку ГКТС.</p>	<ul style="list-style-type: none">– Case-study– Рішення розрахункових задач <p>3. Інтерактивні методи:</p> <ul style="list-style-type: none">– Дискусії– Семінари– Круглі столи– Мозковий штурм <p>4. Самостійні методи:</p> <ul style="list-style-type: none">– Вивчення рекомендованої літератури– Виконання практичних завдань– Підготовка рефератів та доповідей– Робота над індивідуальними проектами	<p>співбесіди</p> <p>3. Підсумковий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">– Залік (усна або письмова форма)– тестування, усне співбесіда
---	---	---

**Змістовий модуль 1. Сутність та зміст електронного бізнесу та е-комерції в ГКТс****ТЕМА 1. Сутність та зміст електронного бізнесу та електронної комерції в ГКТс**

Поняття і принципи функціонування е-бізнесу. Сучасні види та моделі е-комерції. Місце інформаційних технологій в структурі індустрії ГКТс. Система знань для опанування в сфері е-комерції. Бізнес як діяльність з виробництва і реалізації товарів/послуг. Складові електронної економіки. Принципи цифрової економіки за М. Кастельс. Електронний бізнес як вид економічної діяльності суб'єктів господарювання через комп'ютерні мережі. Процес створення е-бізнесу. Бізнес-процес як сукупність операцій, що взаємопов'язуються між собою. Складові електронного ведення бізнесу. Технології е-бізнесу. Е-комерція як широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів/послуг. Сфери реалізації комерції в онлайн режимі. Інтернет-комерція як складова е-комерції. Принципи е-комерції.

ТЕМА 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності

Переваги та недоліки функціонування е-бізнесу й е-комерції. Е-комерція та традиційна комерція: спільні та відмінні риси. Переваги е-комерції в обслуговуванні клієнтів. Можливості е-комерції для постачальників та споживачів. Проблеми розвитку е-комерції. Негативні сторони впровадження е-комерції. Принципи успішності е-комерції. Правила активного включення України в міжнародний е-бізнес. Інструменти і методи комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці. Фактори зниження витрат при використанні е-комерції.

ТЕМА 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу

Функціональні форми е-бізнесу. Цифрове забезпечення е-комерції. Функціональні форми реалізації е-бізнесу: е-комерція, Інтернет-банкінг, Інтернет-трейдинг, електронний онлайн аукціон, електронні моли, електронні страхові послуги, електронна пошта. Переваги для клієнтів від використання Інтернет-банкінгу. Можливості Інтернет-трейдингу для користувачів. Переваги електронного страхування. Недоліки електронного страхування. Функціональні можливості, реалізовані е-комерцією. Предмет е-комерції.

Цифрові пристрої, що забезпечують е-комерцію.

ТЕМА 4. Глобальна мережа Інтернет в реалізації електронної комерції

Еволюція глобальної мережі Інтернет. Стан та перспективи розвитку мережі Інтернет. Класифікація інформаційних систем у туризмі. Автоматизація роботи у туристичному бізнесі. Історія розвитку глобальної мережі. Поява ARPANET. Розширення світового співтовариства Інтернет. Проблеми зв'язку з центрами і доступ до них різних користувачів. Сучасні тенденції розвитку мережі Інтернет. Форми соціальної та економічної діяльності людей, породжені розвитком Інтернет. Переваги від стійкого розвитку ринку е-комерції. Складові механізми підтримки е-комерції. Перспективні ринки розвитку е-комерції для українців.

ТЕМА 5. Бізнес-планування в е-комерції

Сутність та значення бізнес-плану. Етапи бізнес-планування в е-комерції. Структура бізнес-плану комерційного Інтернет-проекту. Визначення бізнес-плану. Цінність бізнес-планування. Функції бізнес-плану. Напрямки внутрішньої функції бізнес-плану. Етапи бізнес-планування в екомерції. Аспекти, що аналізуються суб'єктом господарювання для просування в сфері е-комерції. Типи товарів за рівнем маржі. Що потрібно знати про конкурента? Разові витрати бюджету на започаткування власної справи в сфері е-комерції. Складові витрат на обслуговування. Аспекти, що аналізуються суб'єктом господарювання для просування. Маркетингові заходи інтеграції сайту з бізнесом. Способи оповіщення аудиторії про появу сайту. Структура бізнес-плану Інтернет-проекту

ТЕМА 6. Віртуальні підприємства: сутність та види

Віртуальне підприємство: суть та значення в сучасній економіці. Особливості створення і функціонування віртуальних підприємств. Типи та форми віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх переваги та недоліки. Наукові підходи до визначення сутності поняття "віртуальне підприємство". Складові елементи простору віртуалізації підприємств. Характерні риси віртуальних підприємств. Ситуації, в яких доцільно організовувати ВП. Умови існування ВП. Ключові етапи створення ВП. Основні принципи діяльності ВП. Головні проблеми, що виникають при створенні ВП. Чинники, які варто брати до уваги при створенні ВП. Типи ВП за різними критеріями поділу. Класифікація ВП за критеріальними ознаками. Типи ВП. Основні форми ВП. Віртуальний продукт. Функціональні можливості ВП. Ключові переваги ВП. Слабкі місця діяльності ВП.



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

Змістовий модуль 2. Електронні платіжні системи, принципи організації та управління

Інтернет-магазином.

ТЕМА 7. Електронні платіжні системи: зміст і типи

Електронні системи взаєморозрахунків. Історія виникнення та класифікація пластикових карт . Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті. Кредитні та дебетові Інтернет-системи. Системи електронних платежів України. Захист платіжних систем в Інтернеті. Платіжні системи як один з основних елементів інфраструктури е-комерції. Суть платіжної системи. Види платіжних систем та їх характеристика. Ключові вимоги до електронної платіжної системи. Історія виникнення пластикових карт. Складові елементи персоналізації. Класифікація пластикових карт. Варіанти організації транспорту транзакцій за пластиковими картами через мережу Інтернет. Прийом платежів безпосередньо продавцем. Прийом платежів через платіжну систему Інтернету. Прийом платежів через білінгову компанію. Учасники платежів та розрахунків в Інтернеті.

Кредитні та дебетові Інтернет-системи. Схема платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Переваги та недоліки кредитних систем. Види дебетових платіжних систем. Процес платежу за допомогою електронних чеків. Схема обігу електронних грошей. Переваги та недоліки використання електронних грошей. Переваги та недоліки дебетових платіжних систем. Порівняльна характеристика платіжних інструментів в е-комерції. Системи електронних платежів України Ситуації, в яких відбувається “викрадення” даних про пластикову картку. Захист платіжних систем в Інтернеті.

ТЕМА 8. Принципи організації та управління Інтернет-магазином

Зміст діяльності Інтернет-магазину. Особливості функціонування Інтернет-магазинів і їх види. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Електронні моли як перспективна форма е-комерції. Складові успіху сучасних Інтернет-магазинів. Основні тренди розвитку Інтернет-магазинів в Україні. Сутність та зміст Інтернет-магазину. Переваги Інтернет-магазину порівняно з Інтернет-вітриною. Призначення Інтернет-магазину. Складові елементи Інтернет-магазину. Компоненти фронт-офісу Інтернет-магазину. Види Інтернет-магазинів за наявністю товарних запасів. Характеристика різних видів систем оплати. Додаткові інформаційні розділи Інтернет-магазину. Характерні риси Інтернет-магазинів. Позитивні та слабкі сторони діяльності Інтернет-магазинів.

Вимоги до Інтернет-магазину. Системи класифікації Інтернет-магазинів. Типова схема взаємодії покупця з Інтернет-магазином. Форми розрахунку за придбані товари в Інтернет-магазинах. Перспективною формою торгівлі в системі В2С є електронні моли. Переваги відкриття магазину у складі е-молу. Основні кроки досягнення успіху Інтернет-магазином. Напрями Інтернет-маркетингу в сфері е-комерції. Основні тренди розвитку Інтернет-магазинів в Україні. ТОП-10 кращих Інтернет-магазинів України.

ТЕМА 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони

Суть і особливості віртуальних аукціонів. Класифікація віртуальних аукціонів та їх типи. Організація Інтернет-аукціонів. Сутність віртуального (Інтернет, електронного) аукціону. Відмінності традиційного та Інтернет-аукціону. Характерні риси діяльності Інтернет аукціонів. Правила проведення е-аукціону. Відомі у світі Інтернет-аукціони. Найпоширеніші типи Інтернет-аукціонів. Схеми аукціонного торгу. Характеристика аукціонних товарів. Організація роботи Інтернет-аукціону. Права та обов'язки учасників е-аукціону. Способи мінімізації ризиків учасників Інтернет-аукціону.

ТЕМА 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків

Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Види й структура електронних торговельних майданчиків. Вертикальні (галузеві) та горизонтальні торговельні майданчики. Інтернет-представництва бізнес-структур. Просування туристичних послуг. Види комп'ютерних систем бронювання. Глобальні системи бронювання. Неприєднувальні системи бронювання. Сутність та зміст електронних торговельних майданчиків. Переваги використання ЕТМ. Основні принципи роботи ЕТМ. Головні рівні джерел доходів ЕТМ. Структурні елементи ЕТМ. Ключові організаційні моделі ЕТМ. Групи ЕТМ відповідно до спеціалізації діяльності учасників. Типи ЕТМ за ознакою створення та належності. Види ЕТМ за типом управління. Вертикальні (галузеві) й горизонтальні торговельні майданчики. Типи горизонтальних ЕТМ за принципами функціонування. Послуги користувачам на горизонтальних ЕТМ. Типи бізнес-структур залежно від обсягу і форм представництва певної компанії в мережі Інтернет: візитні картки фірм, корпоративні сайти, представництва на бізнес-порталах. Ключові функції бізнес-порталу. Служби бізнес-порталів.



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

ТЕМА 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі

Тренди підтримки покупців у B2C. Правила та проблеми придбання товарів через Інтернет. Характеристика популярних торговельних майданчиків світу. Тенденції розвитку Інтернет-торгівлі в Україні. Сучасні тренди е-комерції. Зайнятість у секторі B2C. Сучасні тренди підтримки покупців у секторі B2C. Інформація для споживача перед укладенням договору купівлі-продажу. Умови оформлення договору купівлі-продажу. Умови заміни товару, який купує покупець. Розірвання договору купівлі-продажу. Обставини, за яких повертається товар покупцеві. Історія успіху найбільш популярних торговельних майданчиків світу: вартість та умови участі, база компаній, географія поширення діяльності. Товари, що купують через Інтернет. Оплата покупок, придбаних по Інтернету. Канали просування Інтернет-магазинів. Країни-лідери Інтернет-торгівлі. Покупці в Інтернет-торгівлі. Проблеми Інтернет-бізнесу.

ТЕМА 12. Тактичні прийоми е-комерції

Стимулювання збуту в е-комерції. Напрямки зв'язків з громадськістю в е-комерції. Брендинг в е-комерції в Україні та світі. Стимулювання розвитку е-комерції в Україні. Основні завдання стимулювання збуту в е-торгівлі. Типи стимулювання збуту. Види стимулювання збуту залежно від суб'єктів стимулювання. Переваги та недоліки різних засобів стимулювання збуту в е-торгівлі.

Напрями зв'язків з громадськістю в е-комерції. Практичні аспекти концепції зв'язків з громадськістю. Інтернет-брендинг: сутність та зміст. Інструменти Інтернет-брендингу. Фактори довіри в е-комерції.

Проблеми пакування у сфері е-комерції. Шляхи підвищення ефективності логістики за рахунок упаковки. Інновації упаковки в е-комерції. Відмінність між брендом і Інтернет-брендом. Сегментація Інтернет-бренду.

Мета дослідження питань стимулювання збуту в е-торгівлі та вивчення напрямів зв'язків з громадськістю в е-комерції.

Змістовий модуль 3. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в мережі Інтернет.

ТЕМА 13. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет

Методи просування сайту. Контентна оптимізація сайту. Внутрішня та зовнішня оптимізація сайту. Пошукова оптимізація сайту. Методи просування сайту. Робота по оптимізації сайту. Чинники, що впливають на видачу результату пошукових систем. Фактори зниження рейтингу сайту. Оцінка сайту. Класи оптимізації. Контентна оптимізація. Семантичне ядро. Релевантність сайту. Алгоритм складання семантичного ядра. Внутрішня та зовнішня оптимізація. SMO оптимізація.

ТЕМА 14. Е-комерція в корпоративному секторі

Процеси здійснення е-торгівлі в секторі B2B. Корпоративні представництва в мережі Інтернет. Особливості діяльності Інтернет-інкубаторів. Структура е-торгівлі в секторі B2B. Роль системи управління закупівлями (e-procurement). Призначення e-procurement. Сутність системи повного циклу супроводження постачальників (SCM-система). Особливості система повного циклу супроводу споживачів (CRM-система). Цікаві факти і специфіка розробки різних корпоративних представництв у мережі Інтернет: сайт-візитка, сайт-буклет, промо-сайт, сайт-вітрина, Інтернет-сайт, внутрішнє робоче середовище, корпоративний інформаційний портал. Сутність Інтернет-інкубатора. Основні напрями діяльності Інтернет-інкубаторів. Види Інтернет-інкубаторів за набором послуг. Фактори успіху діяльності Інтернет-інкубаторів.

ТЕМА 15. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в мережі Інтернет

Характеристика загроз безпеці інформації. Комп'ютерна безпека та шахрайство в е-комерції. Захист інформації в мережі Інтернеті та вимоги до нього. Типи проблем, що виникають з безпекою передачі інформації при роботі в комп'ютерних мережах. Джерела загроз для е-інформації та їх мотиви. Різновиди шахрайства в е-комерції. Засоби захисту інформації від шахраїв в екомерції. Переваги шифрування інформації з ключем. Найбільш поширені сучасні способи захисту інформації в мережі Інтернет. Типи комп'ютерних злочинів в мережі Інтернет. Заходи по захисту комп'ютерних систем в Інтернеті. Структура системи захисту інформації, що забезпечується суб'єктами переказу коштів. Мета захисту інформації в мережі Інтернет.

ТЕМА 16. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу

Сутність та інструменти Інтернет-маркетингу. Вплив Інтернет-маркетингу на бізнес, його переваги та обмеження. Стратегії Інтернет-маркетингу. Основні тренди Інтернет-маркетингу в Україні. Сутність Інтернет-маркетингу та історія його виникнення. Етапи реалізації Інтернет-маркетингу в е-комерції.



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

Основні інструменти сучасного Інтернет-маркетингу. Переваги соціальних мереж як інструменту Інтернетмаркетингу в е-комерції. Переваги застосування Інтернет-маркетингу в екомерції.

Основні цілі Інтернет-маркетингу в е-комерції. Стратегії Інтернетмаркетингу. Основні фактори успіху PR-кампаній в е-комерції. Топ-10 основних трендів, які домінують у сфері Інтернет-маркетингу в Україні на сьогоднішній день.

ТЕМА 17. Інтернет аудиторія України та цифрові маркетингові комунікації

Аудиторія Інтернет користувачів України. Цифровий маркетинг та його комунікаційні технології. Структура та динаміка Інтернет-аудиторії. Оцінка Інтернет-аудиторії за даними досліджень Opinion Software Media. Топ-25 сайтів (доменів) популярних в Україні та найпопулярніші додатки Android. Динаміка поширення соціальних мереж, синоптичних сервісів, пошукових Інтернет-сервісів, Інтернет-порталів, сервісів пошуку роботи, маркетплейсів та поштових сервісів в Україні у 2019 році. Сутність цифрового маркетингу. Основні заходи цифрового маркетингу. Комунікаційні технології в цифровому маркетингу. Структура маркетингових комунікацій в соціальних медіа.

ТЕМА 18. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі

Інтернет-інкубатори в е-комерції. Бізнес-моделі успішних е-торговців України. Важливі цифри розвитку е-комерції. Головні чинники, що впливають на розвиток е-комерції в Україні. Сутність діяльності Інтернет-інкубаторів. Завдання Інтернет-інкубатора. Найбільш використовувані бізнес-моделі успішних компаній в е-комерції в Україні. Основні умови виконання замовлень українськими та іноземними е-торговцями.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
Змістовий модуль 1	Сутність та зміст електронного бізнесу та е-комерції в ГКТс			
Лекція 1	ТЕМА 1. Сутність та зміст електронного бізнесу та електронної комерції в ГКТс Поняття і принципи функціонування е-бізнесу. Сучасні види та моделі е-комерції. Місце інформаційних технологій в структурі індустрії ГКТс. Система знань для опанування в сфері е-комерції. Бізнес як діяльність з виробництва і реалізації товарів/послуг. Складові електронної економіки. Принципи цифрової економіки за М. Кастельс. Електронний бізнес як вид економічної діяльності суб'єктів господарювання через комп'ютерні мережі. Процес створення е-бізнесу. Бізнес-процес як сукупність операцій, що взаємопов'язуються між собою. Складові електронного ведення бізнесу. Технології е-бізнесу. Е-комерція як широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів/послуг. Сфери реалізації комерції в онлайн режимі. Інтернет-комерція як складова е-комерції. Принципи е-комерції.	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 1	ТЕМА 1. Сутність та зміст електронного бізнесу та електронної комерції в ГКТс	2	0,25	щотижня



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

Лекція 2	<p>ТЕМА 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності Переваги та недоліки функціонування е-бізнесу й е-комерції. Е-комерція та традиційна комерція: спільні та відмінні риси. Переваги е-комерції в обслуговуванні клієнтів. Можливості е-комерції для постачальників та споживачів. Проблеми розвитку е-комерції. Негативні сторони впровадження е-комерції. Принципи успішності е-комерції. Правила активного включення України в міжнародний е-бізнес. Інструменти і методи комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці. Фактори зниження витрат при використанні е-комерції.</p> <p>ТЕМА 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу Функціональні форми е-бізнесу . Цифрове забезпечення е-комерції.. Функціональні форми реалізації е-бізнесу: е-комерція, Інтернет-банкінг, Інтернет-трейдинг, електронний онлайн аукціон, електронні моли, електронні страхові послуги, електронна пошта. Переваги для клієнтів від використання Інтернет-банкінгу. Можливості Інтернет-трейдингу для користувачів. Переваги електронного страхування. Недоліки електронного страхування. Функціональні можливості, реалізовані е-комерцією. Предмет е-комерції. Цифрові пристрої, що забезпечують е-комерцію.</p>	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 2	<p>ТЕМА 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності ТЕМА 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу</p>	2	0,5	щотижня
Лекція 3	<p>ТЕМА 4. Глобальна мережа Інтернет в реалізації електронної комерції Еволюція глобальної мережі Інтернет. Стан та перспективи розвитку мережі Інтернет. Класифікація інформаційних систем у туризмі. Автоматизація роботи у туристичному бізнесі. Історія розвитку глобальної мережі. Поява ARPANET. Розширення світового співтовариства Інтернет. Проблеми зв'язку з центрами і доступ до них різних користувачів. Сучасні тенденції розвитку мережі Інтернет. Форми соціальної та економічної діяльності людей, породжені розвитком Інтернет. Переваги від стійкого розвитку ринку е-комерції. Складові механізми підтримки е-комерції. Перспективні ринки розвитку е-комерції для українців.</p>	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 3	<p>ТЕМА 4. Глобальна мережа Інтернет в реалізації електронної комерції</p>	2	0,25	щотижня
Лекція 4	<p>ТЕМА 5. Бізнес-планування в е-комерції Сутність та значення бізнес-плану. Етапи бізнес-планування в е-комерції. Структура бізнес-плану комерційного Інтернет-проєкту . Визначення бізнес-плану. Цінність бізнес-планування. Функції бізнес-плану. Напрямки внутрішньої функції бізнес-плану. Етапи бізнес-планування в екомерції. Аспекти, що аналізуються суб'єктом господарювання для просування в сфері е-</p>	2	0,5	щотижня



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

	<p>комерції. Типи товарів за рівнем маржі. Що потрібно знати про конкурента? Разові витрати бюджету на започаткування власної справи в сфері е-комерції. Складові витрат на обслуговування. Аспекти, що аналізуються суб'єктом господарювання для просування. Маркетингові заходи інтеграції сайту з бізнесом. Способи оповіщення аудиторії про появу сайту. Структура бізнес-плану Інтернет-проекту</p> <p>ТЕМА 6. Віртуальні підприємства: сутність та види Віртуальне підприємство: суть та значення в сучасній економіці. Особливості створення і функціонування віртуальних підприємств. Типи та форми віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх переваги та недоліки. Наукові підходи до визначення сутності поняття “віртуальне підприємство”. Складові елементи простору віртуалізації підприємств. Характерні риси віртуальних підприємств. Ситуації, в яких доцільно організовувати ВП. Умови існування ВП. Ключові етапи створення ВП. Основні принципи діяльності ВП. Головні проблеми, що виникають при створенні ВП. Чинники, які варто брати до уваги при створенні ВП. Типи ВП за різними критеріями поділу. Класифікація ВП за критеріальними ознаками. Типи ВП. Основні форми ВП. Віртуальний продукт. Функціональні можливості ВП. Ключові переваги ВП. Слабкі місця діяльності ВП.</p>			
Практичне заняття 4	<p>ТЕМА 5. Бізнес-планування в е-комерції ТЕМА 6. Віртуальні підприємства: сутність та види</p>	2	0,5	щотижня
Змістовий модуль 2.	Електронні платіжні системи, принципи організації та управління Інтернет-магазином.			
Лекція 5	<p>ТЕМА 7. Електронні платіжні системи: зміст і типи Електронні системи взаєморозрахунків. Історія виникнення та класифікація пластикових карт . Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті. Кредитні та дебетові Інтернет-системи. Системи електронних платежів України. Захист платіжних систем в Інтернеті. Платіжні системи як один з основних елементів інфраструктури е-комерції. Суть платіжної системи. Види платіжних систем та їх характеристика. Ключові вимоги до електронної платіжної системи. Історія виникнення пластикових карт. Складові елементи персоналізації. Класифікація пластикових карт. Варіанти організації транспорту транзакцій за пластиковими картами через мережу Інтернет. Прийом платежів безпосередньо продавцем. Прийом платежів через платіжну систему Інтернету. Прийом платежів через білінгову компанію. Учасники платежів та розрахунків в Інтернеті. Кредитні та дебетові Інтернет-системи. Схема платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Переваги та недоліки кредитних систем. Види дебетових платіжних систем. Процес платежу за допомогою електронних чеків. Схема обігу електронних</p>	2	0,5	щотижня



	грошей. Переваги та недоліки використання електронних грошей. Переваги та недоліки дебетових платіжних систем. Порівняльна характеристика платіжних інструментів в е-комерції. Системи електронних платежів України Ситуації, в яких відбувається “викрадення” даних про пластикову картку. Захист платіжних систем в Інтернеті.			
Практичне заняття 5	ТЕМА 7. Електронні платіжні системи: зміст і типи .	2	0,25	щотижня
Лекція 6	<p>ТЕМА 8. Принципи організації та управління Інтернет-магазином</p> <p>Зміст діяльності Інтернет-магазину. Особливості функціонування Інтернет-магазинів і їх види. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Електронні моли як перспективна форма е-комерції. Складові успіху сучасних Інтернет-магазинів. Основні тренди розвитку Інтернет-магазинів в Україні. Сутність та зміст Інтернет-магазину. Переваги Інтернет-магазину порівняно з Інтернет-вітриною. Призначення Інтернет-магазину. Складові елементи Інтернет-магазину. Компоненти фронт-офісу Інтернет-магазину. Види Інтернет-магазинів за наявністю товарних запасів. Характеристика різних видів систем оплати. Додаткові інформаційні розділи Інтернет-магазину. Характерні риси Інтернет-магазинів. Позитивні та слабкі сторони діяльності Інтернет-магазинів.</p> <p>Вимоги до Інтернет-магазину. Системи класифікації Інтернет-магазинів. Типова схема взаємодії покупця з Інтернет-магазином. Форми розрахунку за придбані товари в Інтернет-магазинах. Перспективною формою торгівлі в системі В2С є електронні моли. Переваги відкриття магазину у складі е-молу. Основні кроки досягнення успіху Інтернет-магазином. Напрями Інтернет-маркетингу в сфері е-комерції. Основні тренди розвитку Інтернет-магазинів в Україні. ТОП-10 кращих Інтернет-магазинів України.</p> <p>ТЕМА 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони</p> <p>Суть і особливості віртуальних аукціонів. Класифікація віртуальних аукціонів та їх типи. Організація Інтернет-аукціонів. Сутність віртуального (Інтернет, електронного) аукціону. Відмінності традиційного та Інтернет-аукціону. Характерні риси діяльності Інтернет аукціонів. Правила проведення е-аукціону. Відомі у світі Інтернет-аукціони. Найпоширеніші типи Інтернет-аукціонів. Схеми аукціонного торгу. Характеристика аукціонних товарів. Організація роботи Інтернет-аукціону. Права та обов'язки учасників е-аукціону. Способи мінімізації ризиків учасників Інтернет-аукціону.</p>	2	1	щотижня
Практичне заняття 6	ТЕМА 8. Принципи організації та управління Інтернет-магазином ТЕМА 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони	2	0,25	щотижня



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

Лекція 7	<p>ТЕМА 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Види й структура електронних торговельних майданчиків. Вертикальні (галузеві) та горизонтальні торговельні майданчики. Інтернет-представництва бізнес-структур. Просування туристичних послуг. Види комп'ютерних систем бронювання. Глобальні системи бронювання. Неприєднувальні системи бронювання. Сутність та зміст електронних торговельних майданчиків. Переваги використання ЕТМ. Основні принципи роботи ЕТМ. Головні рівні джерел доходів ЕТМ. Структурні елементи ЕТМ. Ключові організаційні моделі ЕТМ. Групи ЕТМ відповідно до спеціалізації діяльності учасників. Типи ЕТМ за ознакою створення та належності. Види ЕТМ за типом управління. Вертикальні (галузеві) й горизонтальні торговельні майданчики. Типи горизонтальних ЕТМ за принципами функціонування. Послуги користувачам на горизонтальних ЕТМ. Типи бізнес-структур залежно від обсягу і форм представництва певної компанії в мережі Інтернет: візитні картки фірм, корпоративні сайти, представництва на бізнес-порталах. Ключові функції бізнес-порталу. Служби бізнес-порталів.</p>	2	0,5	<i>щотижня</i>
Практичне заняття 7	<p>ТЕМА 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків</p>	2	0,25	<i>щотижня</i>
Лекція 8	<p>ТЕМА 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі Тренди підтримки покупців у В2С. Правила та проблеми придбання товарів через Інтернет. Характеристика популярних торговельних майданчиків світу. Тенденції розвитку Інтернет-торгівлі в Україні. Сучасні тренди е-комерції. Зайнятість у секторі В2С. Сучасні тренди підтримки покупців у секторі В2С. Інформація для споживача перед укладенням договору купівлі-продажу. Умови оформлення договору купівлі-продажу. Умови заміни товару, який купує покупець. Розірвання договору купівлі-продажу. Обставини, за яких повертається товар покупцеві. Історія успіху найбільш популярних торговельних майданчиків світу: вартість та умови участі, база компаній, географія поширення діяльності. Товари, що купують через Інтернет. Оплата покупок, придбаних по Інтернету. Канали просування Інтернет-магазинів. Країни-лідери Інтернет-торгівлі. Покупці в Інтернет-торгівлі. Проблеми Інтернет-бізнесу.</p> <p>ТЕМА 12. Тактичні прийоми е-комерції Стимулювання збуту в е-комерції. Напрямки зв'язків з громадськістю в е-комерції. Брендинг в е-комерції в Україні та світі. Стимулювання розвитку е-комерції в Україні. Основні завдання стимулювання збуту в е-торгівлі. Типи стимулювання збуту. Види стимулювання збуту залежно від суб'єктів стимулювання. Переваги та недоліки різних засобів стимулювання збуту в е-торгівлі. Напрями зв'язків з громадськістю в е-комерції. Практичні</p>	2	0,5	<i>щотижня</i>



	аспекти концепції зв'язків з громадськістю. Інтернет-брендинг: сутність та зміст. Інструменти Інтернет-брендингу. Фактори довіри в е-комерції. Проблеми пакування у сфері е-комерції. Шляхи підвищення ефективності логістики за рахунок упаковки. Інновації упаковки в е-комерції. Відмінність між брендом і Інтернет-брендом. Сегментація Інтернет-бренду. Мета дослідження питань стимулювання збуту в е-торгівлі та вивчення напрямів зв'язків з громадськістю в е-комерції.			
Практичне заняття 8	ТЕМА 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі ТЕМА 12. Тактичні прийоми е-комерції	2	0,5	щотижня
Змістовий модуль 3.	Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в мережі Інтернет.			
Лекція 9	ТЕМА 13. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет Методи просування сайту. Контентна оптимізація сайту. Внутрішня та зовнішня оптимізація сайту. Пошукова оптимізація сайту. Методи просування сайту. Робота по оптимізації сайту. Чинники, що впливають на видачу результату пошукових систем. Фактори зниження рейтингу сайту. Оцінка сайту. Класи оптимізації. Контентна оптимізація. Семантичне ядро. Релевантність сайту. Алгоритм складання семантичного ядра. Внутрішня та зовнішня оптимізація. SMO оптимізація. ТЕМА 14. Е-комерція в корпоративному секторі Процеси здійснення е-торгівлі в секторі B2B. Корпоративні представництва в мережі Інтернет. Особливості діяльності Інтернет-інкубаторів. Структура е-торгівлі в секторі B2B. Роль системи управління закупівлями (e-procurement). Призначення e-procurement. Сутність системи повного циклу супроводження постачальників (SCM-система). Особливості система повного циклу супроводу споживачів (CRM-система). Цікаві факти і специфіка розробки різних корпоративних представництв у мережі Інтернет: сайт-візитка, сайт-буклет, промо-сайт, сайт-вітрина, Інтернет-сайт, внутрішнє робоче середовище, корпоративний інформаційний портал. Сутність Інтернет-інкубатора. Основні напрями діяльності Інтернет-інкубаторів. Види Інтернет-інкубаторів за набором послуг. Фактори успіху діяльності Інтернет-інкубаторів.	2	0,5	щотижня
Практичне заняття 9	ТЕМА 13. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет ТЕМА 14. Е-комерція в корпоративному секторі	2	0,25	щотижня
Лекція 10	ТЕМА 15. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в мережі Інтернет Характеристика загроз безпеці інформації. Комп'ютерна безпека та шахрайство в е-комерції. Захист інформації в мережі Інтернеті та вимоги до нього. Типи проблем, що	2	0,5	щотижня



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

	<p>виникають з безпекою передачі інформації при роботі в комп'ютерних мережах. Джерела загроз для е-інформації та їх мотиви. Різновиди шахрайства в е-комерції. Засоби захисту інформації від шахраїв в екомерції. Переваги шифрування інформації з ключем. Найбільш поширені сучасні способи захисту інформації в мережі Інтернет. Типи комп'ютерних злочинів в мережі Інтернет. Заходи по захисту комп'ютерних систем в Інтернеті. Структура системи захисту інформації, що забезпечується суб'єктами переказу коштів. Мета захисту інформації в мережі Інтернет.</p> <p>ТЕМА 16. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу</p> <p>Сутність та інструменти Інтернет-маркетингу. Вплив Інтернет-маркетингу на бізнес, його переваги та обмеження. Стратегії Інтернет-маркетингу. Основні тренди Інтернет-маркетингу в Україні. Сутність Інтернет-маркетингу та історія його виникнення. Етапи реалізації Інтернет-маркетингу в е-комерції. Основні інструменти сучасного Інтернет-маркетингу. Переваги соціальних мереж як інструменту Інтернетмаркетингу в е-комерції. Переваги застосування Інтернет-маркетингу в екомерції. Основні цілі Інтернет-маркетингу в е-комерції. Стратегії Інтернетмаркетингу. Основні фактори успіху PR-кампаній в е-комерції. Топ-10 основних трендів, які домінують у сфері Інтернет-маркетингу в Україні на сьогоднішній день.</p>			
Практичне заняття 10	<p>ТЕМА 15. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в мережі Інтернет</p> <p>ТЕМА 16. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу</p>	2	0,5	щотижня
Лекція 11	<p>ТЕМА 17. Інтернет аудиторія України та цифрові маркетингові комунікації</p> <p>Аудиторія Інтернет користувачів України. Цифровий маркетинг та його комунікаційні технології. Структура та динаміка Інтернет-аудиторії. Оцінка Інтернет-аудиторії за даними досліджень Opinion Software Media. Топ-25 сайтів (доменів) популярних в Україні та найпопулярніші додатки Android. Динаміка поширення соціальних мереж, синоптичних сервісів, пошукових Інтернет-сервісів, Інтернет-порталів, сервісів пошуку роботи, маркетплейсів та поштових сервісів в Україні у 2019 році. Сутність цифрового маркетингу. Основні заходи цифрового маркетингу. Комунікаційні технології в цифровому маркетингу. Структура маркетингових комунікацій в соціальних медіа.</p> <p>ТЕМА 18. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі</p> <p>Інтернет-інкубатори в е-комерції. Бізнес-моделі успішних е-торговців України. Важливі цифри розвитку е-комерції. Головні чинники, що впливають на розвиток е-комерції в Україні. Сутність діяльності Інтернет-інкубаторів. Завдання Інтернет-інкубатора. Найбільш використовувані бізнес-моделі успішних компаній в е-комерції в Україні.</p>	2	0,5	щотижня



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

	Основні умови виконання замовлень українськими та іноземними е-торговцями.			
Практичне заняття 11	ТЕМА 17. Інтернет аудиторія України та цифрові маркетингові комунікації ТЕМА 18. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі	2	0,5	щотижня
Самостійні роботи	Прописані в методичних рекомендаціях для виконання самостійних робіт з дисципліни «Е-комерція в готельній, курортній та туристичних сферах»	106	140	індивідуально
Разом		150	150	

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/роботи	Вид поточного контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття №1	Усне опитування і обговорення проблемних питань: Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни. Рішення ситуаційних завдань і кейсів	Дайте характеристику бізнес-моделей B2B, B2C, G2C, C2C та наведіть приклад кожної з них Назвіть переваги та недоліки, які отримує учасник е-комерції На основі чого функціонує електронний споживацький ринок? Охарактеризуйте сучасний стан ринку е-комерції у світі та в Україні Які існують основні сектори Інтернет-ринку? 1. Порівняльна характеристика основних суб'єктів е-комерції 2. Перспективні бізнес-моделі застосування сучасних Інтернет-технологій 3. Співвідношення е-бізнесу й е-комерції 4. Переваги та недоліки учасників віртуального бізнесу 5. Сучасний стан е-бізнесу і е-комерції у світі та в Україні https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558	виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники: - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. Враховуються: - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння вести конструктивний діалог.	3



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЙ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

<p>Практичне заняття 2</p>	<p>Усне опитування і обговорення проблемних питань:</p> <p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<p>Показати принципову різницю між масовим маркетингом, що застосовується у традиційній торгівлі та маркетингом “масової індивідуалізації” віртуальної торгівлі</p> <p>Опис схем щодо видів оплати товарів/послуг за допомогою традиційних платежів</p> <p>Головна відмінність цифрових грошей від банківських карток з точки зору зручності для покупця?</p> <p>Характеристика оплати товару/послуг готівкою, банківським переказом, накладним платежем, поштовим переказом</p> <p>Різниця платіжних інструментів системи Е-платежів, як банківська карта, Е-чек, інтелектуальна карта</p> <p>5 причин для використання власного імені домена</p> <p>Найбільш використовувані на сьогодні методи фінансування реклами сервера.</p> <p>Дослідження наукових позицій щодо трактування поняття “бізнес” Річарда Кантільйона, Жана-Батіста Сея, Йозефа Алоїза Шумпетера</p> <p>Е-документи, що регламентує міжнародний стандарт OBI (Open Buying on Internet)</p> <p>Взаємодія суб’єктів е-комерції моделі B2B при використанні міжнародного стандарту OBI (Open Buying on Internet).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренція традиційних форм торгівлі з е-комерцією. 2. Доцільні етапи організаційної роботи власного веб-серверу 3. Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу 4. Особливості сучасної е-комерції 5. Характеристика форм е-комерції 6. Проблеми розвитку е-комерції в Україні 7. Типи систем B2B та їх характеристика 8. Вимоги до функціональних можливостей торговельних е-майданчиків 9. Інтерактивний бізнес в сучасному розумінні. <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>Виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	<p>3</p>
<p>Практичне заняття №3</p>	<p>Підготовка реферату на одну з запропонованих</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Причини та передумови виникнення мережу Інтернет 2. Історія розвитку глобальної 	<p>Враховується:</p> <p>Змістовність реферату:</p> <p>Глибина та обґрунтованість розкриття теми. Чи чітко та</p>	<p>3</p>



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЇ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

	<p>тем та захист його, з підготовкою презентації на практичному занятті</p>	<p>мережі.</p> <p>3. Створення першої версії ARPANET</p> <p>4. Стимули розвитку ARPANET у 1970-х роках</p> <p>5. Тенденції розвитку мережі Інтернет у 1990-х роках</p> <p>6. Сучасні тренди розвитку глобальної мережі Інтернет</p> <p>7. Переваги від стійкого розвитку ринку е-комерції.</p> <p>8. Складові механізми підтримки е-комерції.</p> <p>9. Перспективні ринки розвитку е-комерції для українців.</p> <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>логічно викладено основні положення реферату? Чи підтверджуються твердження автора фактами та даними?</p> <p>Використання джерел інформації. Чи використані автором достатні та авторитетні джерела інформації? Чи правильно оформлені посилання на джерела?</p> <p>Наукова новизна. Чи містить реферат нові ідеї, думки, результати досліджень?</p> <p>Структура реферату:</p> <p>Відповідність структури вимогам. Чи відповідає структура реферату встановленим стандартам?</p> <p>Наявність чіткої логіки викладу. Чи легко читається та розуміється реферат?</p> <p>Правильне оформлення титульного аркуша, змісту, вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел.</p> <p>Мова та стиль реферату:</p> <p>Грамотність. Чи вірно вжиті слова, граматичні форми, пунктуаційні знаки?</p> <p>Стилістична єдність. Чи відповідає стиль реферату темі та меті дослідження?</p> <p>Ясність та лаконічність викладу. Чи легко читається та розуміється реферат?</p> <p>Презентація:</p> <p>Візуальне оформлення. Структура презентації.</p> <p>Виступ доповідача. Чи чітко та лаконічно доповідач викладає основні положення реферату? Чи вміє він відповідати на запитання аудиторії?</p> <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	
--	---	--	---	--



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЙ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

<p>Практичне заняття №4</p>	<p>Усне опитування і обговорення проблемних питань:</p> <p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Типова організаційна схема та ключові інформаційні потоки при розробці веб-сайту компанії 2. Найкращий варіант впровадження засобів застосування Інтернет-технологій у бізнесі для компанії-виробника 3. Нові можливості для дистриб'ютора від використання електронної комерційної системи, що підтримує дилерську мережу 4. Відповідність компанії своїм планам у сфері застосування Інтернет-технологій в бізнесі? 5. Приклади реальних ВП 6. Фактори, що беруться до уваги в розділі "Оцінка ринку" бізнес-плану 7. Характеристика конкурентного середовища на ринку онлайн-послуг 8. За допомогою якого програмного забезпечення можна створити веб-сторінки і комерційний веб-сайт віртуального підприємства? 9. Як правильно обрати доменне ім'я для віртуального підприємства та що на вибір ім'я впливає? 10. Характеристика хостингу ВП 11. Як зробити сайт віртуального підприємства "відомим" потенційним споживачам? 12. Які теги для просування сайту віртуального підприємства можна використовувати? <p>Маркетингова стратегія по роботі з онлайн покупцями</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Робота з реалізації власного веб-сервера 2. Переваги і недоліки прямих продажів через Інтернет 3. Ризики при здійсненні е-комерції? 4. Структура віртуального підприємства 5. Характеристика основних кроків при проектуванні та створенні віртуальних підприємств 6. Життєвий цикл віртуального підприємства та його етапи 7. Ролі окремих підприємств у мережній організації віртуального підприємства <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	<p>3</p>
-----------------------------	---	--	---	-----------------



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЇ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

Модульний контроль 1	проходження тестів у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558		4
Практичне заняття №5	Усне опитування і обговорення проблемних питань: Практичне завдання у вигляді Case-study з теми 5	<p>1. Що таке електронна платіжна система та яка її відмінність від традиційної платіжної системи?</p> <p>2. Чим відрізняються електронні гроші від звичайних (паперових) грошей?</p> <p>3. Назвіть українські платіжні системи на основі кредитних карток і на основі смарт-карток.</p> <p>4. У чому відмінність кредитних електронних систем від дебетових електронних платіжних систем?</p> <p>5. Що таке е-гаманець в платіжній Інтернет-системі? Як його створити?</p> <p>6. Відмінність між поняттями Інтернет-брокериджу та Інтернет-трейдингу</p> <p>7. У чому полягає сутність електронних чеків?</p> <p>8. Послуги, які надають системи Інтернет-банкінгу</p> <p>9. Послуги, які надають системи Інтернет-брокериджу</p> <p>10. Послуги які надаються системою Інтернет-банкінгу?</p> <p>За наведеною схемою підготуйте презентацію (на 15-17 слайдів) щодо започаткування власного електронного бізнесу. Приклад представлено у https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p> <p>Створіть презентацію у PowerPoint на 8-10 слайдів та опишіть діяльність (історія створення, процедура реєстрації, вимоги до учасників, географія поширення, переваги та недоліки, цікаві факти) будь-якої (на Ваш вибір) електронної платіжної системи (наприклад, ГлобалМані, EasyPay, LiqPay, iPay.ua, Простір, PayPal, Skrill, Neteller, Payoneer, Perfect Money, ChronoPay). Зразок презентації представлено у Додатку (https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558)</p>	<p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. <p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. 	3
Практичне заняття №6	Усне опитування і обговорення проблемних питань:	<p>1. За допомогою якого програмного забезпечення можна створити веб-сайт Е-магазину?</p> <p>2. Які є вимоги до доменного ім'я для е-магазину?</p> <p>3. Назвіть основні способи просування сайту е-магазину серед потенційних споживачів?</p>		3



	<p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<p>4. Що таке індексація веб-сторінки е-магазину?</p> <p>5. Як правильно визначити теги для просування сайту е-магазину?</p> <p>6. Як використання інформації про замовників та їх потреби може вплинути на економічну діяльність фірми, яка впровадила систему е-комерції?</p> <p>7. Які є види ймовірних загроз небезпеці інформації в мережі?</p> <p>8. Основні механізми безпеки систем е-комерції</p> <p>9. Що таке міжмережний екран та яке його призначення?</p> <p>10. Навіщо потрібна та як відбувається автентифікація покупців і продавців при здійсненні електронних платежів?</p> <p>1. Гнучкість організаційної структури в системах е-комерції</p> <p>2. Зміни в роботі магазину, що мають місце в разі впровадження системи е-комерції</p> <p>3. Необхідність експериментування в ринковому просторі в разі використання систем е-комерції</p> <p>4. Основні організаційні питання, що виникають при впровадженні систем е-комерції</p> <p>5. “Інформаційна безпека” системи е-комерції</p> <p>6. Діяльність сертифікаційних центрів, що забезпечують автентифікацію електронних платежів</p> <p>7. Незаконні дії, що можуть бути скоєні щодо кредитних карток покупців в Інтернеті</p> <p>8. Цілі та завдання криптографії</p> <p>9. Послуги, що забезпечують криптографічні технології для учасників е-комерції</p> <p>10. Переваги застосування смарт-карток для платежів у Інтернеті з точки зору безпеки даних</p> <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	
--	---	--	---	--



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЙ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

<p>Практичне заняття №7</p>	<p>Усне опитування і обговорення проблемних питань:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Які елементи інформаційної моделі представлені у туристичній галузі? 2. Які інформаційні потоки можна виділити у туристичній галузі? 3. Яку роль відіграють інформаційні технології у туристичній діяльності? 4. Які види інформаційних систем призначені безпосередньо для управління туристичною діяльністю? 5. Які глобальні системи загального призначення використовують у обслуговуванні споживачів туристичних послуг? 6. Яка роль систем управління взаємовідносинами з клієнтом у діяльності туристичного підприємства? 7. Навіщо туристичні фірми використовують системи електронного бізнесу? 8. Які офісні програмні продукти необхідні діяльності турфірми? 9. Наведіть приклади автоматизованих систем управління туризмом. 10. Яка роль мережі Інтернет у туристичній діяльності? 11. Який вид інформаційних систем сприяє максимальному залученню клієнтів до послуг туристичного бізнесу? 12. Чи є потреба у діяльності туристичного підприємства використовувати інформаційно-правові системи? Обґрунтуйте. 13. Який вид інформаційних систем дозволить створювати електронні довідники, путівники та інше для віртуальних подорожей туристичними маршрутами? 14. Які функції мають бути автоматизовані на туристичному підприємстві? 15. Який мінімальний набір програмного забезпечення має бути присутнім під час автоматизації туристичного підприємства? 16. Що є обов'язковим для автоматизації туристичного підприємства на найвищому рівні? 17. Якими майданчиками B2C (взаємодія «продавець – клієнт») може бути представлена турфірма в Інтернеті? 18. Як туристичне підприємство може використовувати свою присутність у мережі Інтернет за принципом B2B (взаємодія 	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	<p>3</p>
-----------------------------	---	---	---	-----------------



	<p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<p>«продавець-посередник»)?</p> <p>19. Назвіть основні завдання автоматизації підприємств турбізнесу.</p> <p>20. Назвіть принципи автоматизації роботи у туристичному бізнесі.</p> <p>1. Різниця між науковими поглядами українських та іноземних науковців і фахівців на розуміння сутності поняття “електронний мол”.</p> <p>2. Характеристика елементів з яких складається сучасний електронний мол.</p> <p>3. Рівні інфраструктури електронного молу</p> <p>4. Відмінності між виробничою, мережевою інфраструктурою, інфраструктурою переміщення, збуту та обслуговування.</p> <p>5. Способи створення електронних молів.</p> <p>6. Методи дизайнерської роботи на сайті е-молу</p> <p>7. Найбільш типові помилки при розробці зовнішнього вигляду віртуального торговельного майданчику.</p> <p>8. Яким чином використання різних браузерів може вплинути на прибуток електронного молу?</p> <p>9. Способи підвищення продуктивності сайту віртуального торговельного майданчику</p> <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>		
<p>Практичне заняття №8</p>	<p>Усне опитування і обговорення проблемних питань:</p>	<p>1. На основі чого функціонує електронний споживацький ринок?</p> <p>2. Які є напрями роботи з впровадження е-комерції у сучасний бізнес?</p> <p>3. В чому особливості організаційної, практичної, правової та маркетингової роботи щодо впровадження е-комерції у сучасний бізнес?</p> <p>4. Які Ви знаєте правові аспекти збереження таємниці в системі е-торгівлі?</p> <p>5. Охарактеризуйте правові аспекти заклопотаності урядових органів щодо кодування та анонімних платежів у системі е-комерції</p> <p>6. Яка відмінність у підході до використання інтерактивної та традиційної реклами в системі е-комерції?</p> <p>7. Що являє собою “цінова чутливість” покупців в е-комерції?</p> <p>8. Які фактори цінової чутливості</p>	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою задалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <p>- глибина та точність розуміння</p>	<p>3</p>

Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЇ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

	<p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<p>користувачів е-торгівлі Вам відомі? 9. Які способи оплати товару є найпопулярнішими в Україні та світі? 10. Які способи доставки найчастіше обирають покупці е-торгівлі? 11. Які прикладні програми для створення е-магазинів є сьогодні? 12. Що таке формальний атестат та які ще атестати бувають? 13. В чому різниця між клієнтами: WM Keeper Classic, WM Keeper Light, WM Keeper Mini, WM Keeper Mobile? 14. Які існують способи поповнення рахунку та виведення коштів з електронного гаманця в системі WebMoney Transfer? 15. Для чого використовують протекцію операції? Які способи протекції операції бувають? 16. Що таке Інтернет-трейдинг та Інтернет-брокерідж? 17. Які сервіси надає компанія ForexClub своїм клієнтам?</p> <p>1. Прикладні програми для створення е-магазинів 2. Міжнародний валютний ринок Forex 3. Ланцюжки додавання вартості в Інтернеті 4. Майбутнє та наслідки глобальної комп'ютеризації 5. Фактори цінової чутливості користувачів е-торгівлі 6. Функціонування електронного споживацького ринку 7. Напрями роботи впровадження е-комерції у сучасний бізнес 8. Особливості організаційної, практичної, правової та маркетингової роботи щодо впровадження е-комерції у сучасний ГКТ бізнес</p> <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>теми.</p> <ul style="list-style-type: none"> - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	
Модульний контроль 2	проходження тестів у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558		4
Практичне заняття №9	Усне опитування і обговорення проблемних питань:	<p>1. Проаналізуйте фактори, що сприяють стимулюванню збуту в е-комерції</p> <p>2. Охарактеризуйте методи пошукової оптимізації в е-комерції</p> <p>3. Які є напрями зв'язків з громадськістю в е-комерції?</p> <p>4. В чому зміст принципів</p>		3



	<p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<p>складання семантичного ядра?</p> <p>5. Охарактеризуйте засоби SMO-оптимізації</p> <p>6. Для чого використовується та як розраховується індекс цитування вебсайту?</p> <p>7. У чому полягає сутність оптимізаційної верстки контенту сайту?</p> <p>8. Що таке SEO-текст та які є вимоги до його складання?</p> <p>9. Як визначити кількість застосування слова або словосполучення з семантичного ядра сайту у тексті веб-сторінки?</p> <p>10. Які головні помили допускаються при складання SEO-текстів сайту?</p> <p>11. Яку мету переслідують власники сучасних українських корпоративних сайтів?</p> <p>12. Яка модель е-комерції застосовується на корпоративному веб-сайті, якщо на ньому розпочинається онлайн продаж товарів і послуг?</p> <p>13. Яка мета визначення цільової аудиторії сайту е-комерції?</p> <p>14. Опишіть послідовність розробки Інтернет-представництва сучасної компанії?</p> <p>15. Проаналізуйте конкуренцію в Україні для комерційного сайту в Інтернеті?</p> <p>16. Опишіть персонал для розробки комерційного Інтернет-проєкту?</p> <p>17. Ризики в е-комерції</p> <p>18. Назвіть ключові переваги та недоліки торгових Інтернет-систем</p> <p>19. Яке на Вашу думку майбутнє українських суб'єктів Інтернет-торгівлі</p> <p>1. Конкуренція в Україні для комерційного сайту в Інтернеті</p> <p>2. Персонал для розробки комерційного Інтернет-проєкту</p> <p>3. Ризики в е-комерції</p> <p>4. Ключові переваги та недоліки торгових Інтернет-систем</p> <p>5. Майбутнє українських суб'єктів Інтернет-торгівлі</p> <p>6. Головні помилки при складання SEO-текстів сайту</p> <p>7. Методи пошукової оптимізації в е-комерції</p> <p>8. Напрями зв'язків з громадськістю в е-комерції</p> <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	
--	---	---	---	--



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЙ, КУРОРТНОЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

<p>Практичне заняття №10</p>	<p>Усне опитування і обговорення проблемних питань:</p> <p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Які вимоги щодо захисту інформації? 2. Використання мови HTML для розробки веб-сайтів систем е-комерції 3. Використання мови PHP для створення веб-сайтів 4. Технологія захисту інформації при роботі в мережі 5. Поясніть відмінність між авторизацією, ідентифікацією, автентифікацією 6. Що таке криптографія і для чого вона застосовується? 7. У чому полягають переваги Інтернет-реклами порівняно з традиційною рекламою? 8. Що таке банер та за яким принципом відбувається обмін банерами в Інтернеті? 9. Які методи реклами слід використовувати при рекламі е-магазину? 10. Які є способи пошуку цільову аудиторію для е-розсилки? 11. Які існують моделі оплати реклами в Інтернеті? <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні форми Інтернет-реклами 2. Сутність таргетингу і трекінгу 3. Інструменти маркетингової діяльності в е-бізнесі 4. Технології розробки Інтернет-проектів 5. Інвестиційна привабливість українського е-бізнесу 6. Організаційно-технічне забезпечення е-комерції 7. Інформаційні системи масового обслуговування на базі веб-технологій 8. Мультиагентні системи е-комерції 9. Інформаційні системи у е-бізнесі <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>Враховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог. 	<p>3</p>
------------------------------	---	---	---	----------



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЇ, КУРОРТНОЇ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

<p>Практичне заняття №11</p>	<p>Усне опитування і обговорення проблемних питань:</p> <p>Написання есе, презентації за проблематикою навчальної дисципліни.</p> <p>Рішення ситуаційних завдань і кейсів</p>	<p>Ключові характеристики Інтернет-аудиторії Фріланс – глобальні зміни на ринку праці Е-бізнес та державні структури: взаємозв'язок та взаємодія Дистанційне навчання як різновид е-бізнесу Перспективи реалізації електронного PR-менеджменту Оптимізація продажів за рахунок інструментів е-комерції Правове регулювання е-бізнесу України Особливості укладення контрактів в Інтернеті Аналіз роботи та оцінка економічної ефективності веб-сайту Інтелектуальна власність у е-комерції Е-комерція в різних галузях економіки Страхування е-бізнесу та сертифікація його учасників Система електронного документообігу в е-комерції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ключові характеристики Інтернет-аудиторії 2. Веб-сайт як ефективний інструмент маркетингу 3. Еволюція бізнесу в Інтернеті 4. Фріланс – глобальні зміни на ринку праці 5. Е-бізнес та державні структури: взаємозв'язок та взаємодія 6. Дистанційне навчання як різновид е-бізнесу 7. Суть та роль цифрового підпису в е-комерції 8. Правове регулювання е-бізнесу України 9. Інтелектуальна власність у е-комерції 10. Е-комерція в різних галузях економіки <p>https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558</p>	<p>виконується на практичному занятті з підготовкою заздалегідь При оцінюванні враховуються наступні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глибина та точність розуміння теми. - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки. - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. - вміння використовувати відповідну термінологію. <p>раховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналітичні здібності: - вміння аналізувати інформацію та робити висновки. - вміння бачити різні точки зору на проблему. - вміння формулювати проблемні питання. - вміння знаходити креативні рішення проблем. - вміння чітко та лаконічно висловлюватися. - вміння уважно слухати інших. - вміння вести конструктивний діалог 	<p>3</p>
<p>Контрольна робота</p>	<p>пройти національний тест на цифрову грамотність</p>	<p>Зайдіть на український е-сервіс державних послуг, розроблений Міністерством цифрової трансформації України “Дія” (http://diia.gov.ua). Перейдіть у рубрику “Дія. Цифрова освіта”. У верхній частині сторінки оберіть “Цифрограм”. Для тестування потрібно пройти процедуру авторизації. Щоб увійти на платформу потрібно ввести номер</p>	<p>пройти національний тест на цифрову грамотність та після складання тесту отримати сертифікат, що підтвердить знання і навички</p>	<p>10</p>



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЙ, КУРОРТНОЙ ТА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРАХ

		телефону або увійдіть за допомогою інших акаунтів (Facebook, Google). Цифрограм містить 90 питань. Проходження тесту займає 30-40 хвилин.		
Модульний контроль 3	проходження тестів у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558		4
Усього поточний контроль	15			60
Підсумковий контроль				
залік	Індивідуальне домашнє завдання (рандомний вибір)	Завдання для підготовки: розміщені у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle) https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558		20
	Практичне завдання	Тестові завдання розміщені у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle) https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16558		20
Усього підсумковий контроль	2			40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНОЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

6. Основні навчальні ресурси

Основна література

1. Влащенко Н.М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі/ Навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 373 с.
2. Краус К.М. Електронна комерція та Інтернет-торгівля / К.М. Краус, Н.М. Краус, О.В. Манжура: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.

Додаткова література

1. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції (2018). URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5> (дата звернення: 15.01.2024).
2. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. (2012). *Електронна комерція*: навч. посібник. К.: КНЕУ. 326 с.
3. Дращиця С.А. (2013). *Електронна комерція*: навч. посібник. Львів: Новий світ-2000. 184 с.
4. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики (2018). URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-komerciya-v-ukrayinikonkurentnyu-dysbalans-i-podatkoviyuklyku> (дата звернення: 22.10.2024)..
5. Кейси 11-16 з курсів “Інновації та інноваційна економіка” та “Економіка знань” для магістрів економічного факультету ЧНУ (2019). *Методична робота*. URL: <http://mmix.cv.ua/metodychna-robota/kejsy-11-16-z-kursiv-innovatsijnyjrozvytok-ta-ekonomika-znan-dlya-magistriv-ekonomichnogo-fakultetu-chnu> (дата звернення: 20.11.2024).
6. Козак В. (2013). Захист персональних даних та правила приватності при дослідженнях в Інтернет. *Маркетинг в Україні*, №3.С. 49.
7. Кудирко Н.Ф., Федоряк Р.М. (2014). Особливості сучасного стану ринку електронної комерції в Україні. *Технології та дизайн*, 1(10). 1–7.
8. Меджибовська Н.С. (2014). *Електронна комерція*: навч. посібник. К.: Центр навч. л-ри. 384 с.
9. Постанова Національного банку України “Про здійснення операцій з використанням електронних платіжних засобів” від 05.11.2014 № 705. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0705500-14> (дата звернення: 04.10.2024).
10. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22.05.2003 р. №852-IV.
11. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. №851-IV.
12. Про електронну комерцію: Проект Закону від 17.06.2013 р. №2306а.
13. Про платіжні системи та переказ грошей в Україні: Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III www.zakon.rada.gov.ua.
14. Симоненко К. (2020). Топ-20 факторів, які будуть впливати на онлайнторгівлю в 2020 році. *RAU*. URL: <https://rau.ua/ecommerceuk/top-20-faktorivonlajn-torgivlyu/> (дата звернення: 04.12.2024).
15. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. (2011). *Електронна комерція*: навч. посіб.. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 244 с.
16. Тягунова Н.М., Гудзенко М.Ю. (2013). Інтернет-торгівля: сутність та особливості. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*, 3. 160–162.
17. Шалева О.І. (2011). *Електронна комерція*: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури. 216 с.



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

Інформаційні ресурси

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЗНУ, наукових, науково-технічних бібліотек та інших бібліотек України.
2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет з переліком сайтів:
– ECommerce-Guide. [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://ecommerceguide.com>
– Закон України «Про електронну комерцію» від 02.09.2015 р. за No 675-VIII. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
3. Науково-практичний журнал «Менеджмент сьогодні». URL: <http://grebennikon.ru/journal-6.html> (дата звернення: 20.10.2024).
4. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua/. (дата звернення: 07.07.2024).
5. Президент України. Офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.president.gov.ua> (дата звернення: 19.10.2024).
6. ЮНЕСКО. Офіційний сайт. URL: <http://www.unesco.org> (дата звернення: 07.11.2024).
7. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.11.2024).
8. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 07.11.2024).

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

Відвідування усіх занять є обов'язковим. Заняття, що були пропущені з поважної причини можна відпрацювати на консультаціях (за попередньою домовленістю через telegram)

Політика академічної доброчесності

Всі роботи, які студенти роблять з дисципліни протягом семестру: реферати, есе, тощо будуть ретельно перевірятися викладачем на плагіат та на використання штучного інтелекту. Роботи тих студентів, що порушили академічну доброчесність до захисту прийматися не будуть та не будуть враховані при оцінюванні, тобто будуть мати 0 балів.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Якщо здобувач має сертифікати, що підтверджують отриманих за рахунок неформальної/інформальної освіти знання з даного курсу, то їх буде враховано при поточному контролі (з перевіркою на відповідність тем). Однак при оцінюванні курсових робіт ці сертифікати враховуватись не будуть.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yeds57la>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**



Е-КОМЕРЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ, КУРОРТНІЙ ТА ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРАХ

Електронна адреса:

Гаряча лінія: Тел.

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):
<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу. Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:
<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>