

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування головного закладу вищої освіти)

Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж

Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»

(повна назва відокремленого структурного підрозділу)

Циклова комісія

*комп'ютерних наук*

(назва циклової комісії)

**“ПОГОДЖЕНО”**

Завідувач

Економічного відділення

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Заступник директора

з навчально-методичної роботи

\_\_\_\_\_  
(підпис)

*О.С. Гицук*  
(ініціали та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

*М.Я. Дерев'янчук*  
(ініціали та прізвище)

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ року

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ року

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни

***“Електронна комерція та ІТ-бізнес”***

(вказіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

*вибіркова*

(вказати: обов'язкова/вибіркова)

**Освітньо-професійна програма**

***“Фінанси, банківська справа та страхування”***

(назва освітньо-професійної програми)

**Спеціальність**

***072 “Фінанси, банківська справа та страхування”***

(код і назва спеціальності)

**Галузь знань**

***07 “Управління та адміністрування”***

(код і назва галузі знань)

**Освітньо-професійний ступінь**

***фаховий молодший бакалавр***

(назва освітньо-професійного ступеня)

**Мова навчання**

***українська***

(вказати: на якій мові читається предмет)

Чернівці, 2020 рік

**Силабус навчальної дисципліни** “Електронна комерція та ІТ-бізнес”

(назва навчальної дисципліни)

складений відповідно до освітньо-професійної програми

“Фінанси, банківська справа та страхування”

(назва освітньо-професійної програми)

затвердженої Вченою радою Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (Протокол № 5 від «25» травня 2020 року) та введеної в дію наказом ректора №142 від «27» травня 2020 року.

Розробники: (вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені (педагогічні) звання)

викладач II-ї кваліфікаційної категорії, І.В. Гудзик

Профайл викладача (-ів)

E-mail

Сторінка курсу в Moodle

Консультації

<http://college-chnu.cv.ua/article/5f8d7afbd6f28212d7d8b03c>

[i.hudzyk@chnu.edu.ua](mailto:i.hudzyk@chnu.edu.ua)

вівторок та середа з 14:00 до 15:00

понеділок та четвер з 15:00 до 16:00

Силабус навчальної дисципліни обговорено та узгоджено на засіданні циклової комісії

комп'ютерних наук

Протокол № \_\_\_\_\_ від “ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Голова циклової комісії

(підпис)

В.В. Коронецький

(ініціали та прізвище)

Схвалено Методичною радою ВСП «Фаховий коледж ЧНУ імені Юрія Федьковича»

Протокол № \_\_\_\_\_ від “ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Голова методичної ради

(підпис)

О.Я. Білокрила

(ініціали та прізвище)

**ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО**

Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_, 20\_\_ р.

(підпис)

(ініціали та прізвище голови ЦК)

Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_, 20\_\_ р.

(підпис)

(ініціали та прізвище голови ЦК)

Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_, 20\_\_ р.

(підпис)

(ініціали та прізвище голови ЦК)

## **1. Загальні відомості про дисципліну**

**Анотація.** Індустрія інформаційних технологій (ІТ) є однією з найбільш динамічно розвиваючих галузей у світі, своїм зростанням галузь зобов'язана розширенню загального проникнення ІТ-технологій у бізнес-процеси підприємств, організацій, механізми державного управління та освітні процеси. У таких умовах важливості набуває вміння використовувати ІТ для забезпечення ефективного та дієвого функціонування організацій різних типів, виявлення нових можливостей та засобів ведення бізнесу та адміністрування бізнес-процесів на підприємстві, проведення досліджень, розробки, проектування, стратегічного планування, виробництва, консультування, маркетингу, інтеграції, адміністрування, обслуговування, підтримки та супроводу інформаційних систем. Можливість досягнення цього обумовлюється ґрунтовною фаховою підготовкою майбутніх фахівців, яка враховує всі аспекти розвитку ІТ та специфіку діяльності компаній ІТ-індустрії, особливістю яких є фокусування на персоналі та продукту (послугі).

Навчальна дисципліна «Електронна комерція та основи ІТ-бізнесу» є невід'ємною частиною фахової підготовки майбутніх фахівців з питань управління складними економічними системами, які знаходяться у стані розвитку та самоорганізації в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій.

**Мета навчальної дисципліни** – формування у студентів системи навичок та вмінь, які необхідні для організації діяльності компанії ІТ-індустрії, управління економікою підприємств даної галузі, формування та постановки технічного завдання, визначення стратегії і тактики кадрового та фінансового забезпечення консультаційних послуг компаній ІТ-індустрії.

Для досягнення мети поставлені такі основні

**завдання:**

- засвоєння знань щодо теоретико-методичних засад організації підприємництва та його особливостями в інформаційній сфері економіки;
- засвоєння знань щодо основних принципів обґрунтування результатів аналізу бізнес-процесів на підприємстві та проведення інформаційної діяльності на підприємстві;
- опанування практичних навичок обґрунтування доцільності створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного бізнесу;
- опанування практичних навичок застосування програмних продуктів, визначення вартості консультаційних послуг;
- отримання практичних навичок щодо оцінки ефективності діяльності компанії ІТ-індустрії.

«Електронна комерція та основи ІТ-бізнесу» – дисципліна, що вивчає інструментарій економічного обґрунтування й прийняття управлінських рішень фахівців, залучених до сфери інформаційної діяльності, аналізує економіко-організаційні аспекти інформаційних процесів в організаційному управлінні підприємством.

**Об'єктом** навчальної дисципліни виступає інформаційний бізнес у різних сферах економічної діяльності підприємств та процеси, пов'язані з його використанням.

**Предметом** навчальної дисципліни є закони і принципи розвитку інформаційного бізнесу, управлінські рішення щодо організації та економіки компанії ІТ-індустрії.

**Перереквізити.** Дисципліна «Електронна комерція та основи ІТ-бізнесу» є інтегрованою, маючи власну внутрішню логіку і зміст, вона базується на вихідних методологічних положеннях таких навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів, як: "Макроекономіка", "Мікроекономіка", "Інформатика", "Економіка підприємства", "Електронна комерція", "Економічний аналіз", "Оптимізаційні методи та моделі", "Економетрика", "Статистика", "Фінанси", "Стратегія підприємства", "Потенціал і розвиток підприємства", "Планування і контроль підприємства", "Проектний аналіз" та ін. У свою чергу, знання з даної дисципліни забезпечують успішне засвоєння таких навчальних дисциплін, як: "Управління проектами", "Економічне управління підприємством", "Управління стратегічними змінами", "Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів", а також виконання тренінгів, міждисциплінарних комплексних курсових проектів, магістерських дипломних робіт.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Найбільш складні питання винесено на розгляд і обговорення під час семінарських занять. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів з економічною, фінансовою літературою, нормативними актами з питань державного регулювання діяльності компаній ІТ-індустрії, ринку інформаційних послуг, ІТ аутсорсингу та ін. Усі види занять розроблені відповідно до кредитно-трансфертної системи організації навчального процесу.

**Результати навчання.** У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати і розуміти:**

- понятійний та категорійний апарат щодо економіки та організації компанії ІТ-індустрії;
- економічну сутність та основні види інформаційних продуктів і послуг;
- основні принципи та підходи до обґрунтування вибору інформаційного виробництва як специфічного виду діяльності, зокрема особливості кінцевого продукту, інформації як ресурсу і товару;
- технологію побудови організаційної структури інформаційної компанії та створення виробничої системи інформаційної компанії;
- основні принципи та підходи організації нормування праці в інформаційному виробництві;
- технологію організації маркетингової діяльності в інформаційному бізнесі;
- сучасні економіко-математичні методи й моделі організації та порядку розрахунків зі споживачами інформаційних товарів і послуг;
- критерії відношення підприємства до інформаційної компанії;

- методи обґрунтування доцільності створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного бізнесу.

**володіти** і мати змогу продемонструвати:

- результати аналізу цілей, задач і практики інформатизації економіки та суспільства в цілому;
- результати дослідження правових засад підприємництва та його особливостей в інформаційній сфері економіки;
- результати доцільності створення організаційної форми інформаційного бізнесу;
- розроблену схему відносин між підприємством та суб'єктами функціонування інформаційного ринку;
- результати доцільності використання франчайзингу для франчайзера та франчайзі;
- розрахунок чисельності окремих категорій персоналу інформаційної компанії;
- результати проектування та планування виробничої системи компанії ІТ-індустрії;
- використання користувацького програмного забезпечення і спеціальних додатків, які супроводжують різні форми ведення бізнесу в організаціях;
- результати дослідження інформаційно-правової бази стосовно проведення розрахунків за інформаційними товарами та визначення ціни на інформаційний продукт.

При розробці професійних навичок, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція та основи ІТ-бізнесу», враховувались Європейська рамка ІКТ-навичок (ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології) та Національна рамка кваліфікації України. Європейська рамка ІКТ-навичок становить рамкову структуру опису ІТ-вмінь, яка може бути використана і визнана підприємствами ІТ-індустрії та компаніями, що використовують ІКТ у своїй основній діяльності, ІТ-фахівцями, співробітниками кадрових відділів, представниками державних та освітніх установ, соціальними партнерами країн Європи.

### **Сформовані компетенції**

- *компетенції у сфері інформаційно-аналітичної діяльності*: розуміння ролі інформації в житті людини і життєдіяльності суспільства; знання основних трактувань феномену інформації, зокрема економічної і їх впливу на формування сучасної картини світу; уміння враховувати закономірності перебігу бухгалтерських інформаційних процесів у своїй діяльності; володіння навичками аналізу й оцінки економічної інформації з позицій її властивостей, практичної і особистої значущості;
- *компетенції у сфері пізнавальної діяльності*: розуміння суті інформаційного підходу при дослідженні бухгалтерських інформаційних процесів; знання основних етапів системно-інформаційного аналізу; володіння основними інтелектуальними операціями, такими як аналіз, порівняння, узагальнення, синтез, формалізація інформації, виявлення причинно-наслідкових зв'язків

та ін.; сформованість певного рівня системно-аналітичного, логіко-комбінаторного і алгоритмічного стилів мислення; уміння генерувати ідеї й визначати засоби, необхідні для їх реалізації;

- *компетенції у сфері комунікативної діяльності*: ставлення до мов (природних, формалізованих і формальних) як до засобу комунікації; розуміння особливостей використання формальних мов; знання сучасних засобів комунікації й найважливіших характеристик каналів зв'язку; володіння основними засобами телекомунікацій; знання етичних норм спілкування і основних положень правової інформаційної діяльності;
- *технологічні компетенції*: розуміння суті технологічного підходу до організації бухгалтерської діяльності; знання особливостей автоматизованих технологій бухгалтерської інформаційної діяльності; уміння виявляти основні етапи й операції в технології розв'язання економічних задач, зокрема, за допомогою засобів автоматизації; володіння навичками виконання уніфікованих операцій, що становлять основу різних інформаційних технологій;
- *технічні компетенції*: розуміння принципів роботи, можливостей і обмежень технічних пристроїв, призначених для автоматизованої обробки облікової інформації; знання відмінностей автоматизованого і автоматичного виконання інформаційних процесів; уміння оцінювати клас завдань, які можуть бути вирішені з використанням конкретного технічного пристрою залежно від його основних характеристик;
- *компетенції у сфері соціальної діяльності й наступності поколінь*: розуміння необхідності турботи про збереження і примноження суспільних інформаційних ресурсів; готовність і здатність нести особисту відповідальність за достовірність поширюваної інформації; пошана прав інших і уміння відстоювати свої права в питаннях інформаційної безпеки особи.
- *компетенції у сфері інформаційних видів професійної діяльності*: розуміння закономірностей і особливостей перебігу інформаційних процесів у професійній діяльності; знання властивостей і характеристик професійно важливої інформації; знання основних типів економічних інформаційних систем, які використовуються у професійній діяльності і володіння навичками роботи з цими системами; сформованість потреби у використанні новітніх інформаційних засобів при розв'язуванні облікових задач.

## 2. Опис навчальної дисципліни

### 2.1. Загальна інформація

| Назва навчальної дисципліни «Електронна комерція та ІТ-бізнес» |                |         |           |       |         |                           |
|--|----------------|---------|-----------|-------|---------|---------------------------|
| Форма навчання   | Рік підготовки | Семестр | Кількість |       |         | Вид підсумкового контролю |
|  |                |         | Кредитів  | Годин | Модулів |                           |
| Денна  | 3              | 5-6     | 3,0       | 90    | 4       | <b>ЗАЛІК</b>              |

### 2.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

| № за/п             | Назви модулів і тем   | Усього годин |
|--------------------|---|--------------|
| <b>МОДУЛЬ 1</b>    |   |              |
| <b>1</b>           | Тема 1. Інформаційний бізнес і тенденції його розвитку  | 2            |
| <b>2</b>           | Тема 2. Інформаційний ринок і механізм його функціонування                                      | 4            |
| <b>3</b>           | Тема 3. Створення та організація діяльності компаній ІТ-індустрії                               | 4            |
| <b>4</b>           | Тема 4. Система забезпечення ІТ-Електронна комерція при організації компанії ІТ-індустрії       | 4            |
| <b>5</b>           | Тема 5. Організація маркетингової діяльності в інформаційному бізнесі                           | 4            |
| <b>6</b>           | Тема 6. Правові засади підприємництва в інформаційній сфері                                     | 4            |
| Разом за модулем 1 |   | <b>22</b>    |
| <b>МОДУЛЬ 2</b>    |   |              |
| <b>7</b>           | Тема 7. Організація та порядок розрахунків зі споживачами інформаційних товарів                 | 2            |
| <b>8</b>           | Тема 8. Франчайзинг як спосіб організації власної справи  | 4            |
| <b>9</b>           | Тема 9. Купівля-продаж існуючого бізнесу  | 2            |
| <b>10</b>          | Тема 10. Основи планування підприємницької діяльності   | 4            |
| <b>11</b>          | Тема 11. Консалтинг в сфері інформаційних технологій та організація консультування              | 4            |
| <b>12</b>          | Тема 12. Організація проведення презентації підприємства  | 4            |
| Разом за модулем 2 |   | <b>20</b>    |
| <b>МОДУЛЬ 3</b>    |   |              |
| <b>13</b>          | Тема 13. Суть та значення розвитку електронної комерції   | 4            |
| <b>14</b>          | Тема 14. Основні категорії та інструментарій електронної комерції                               | 4            |
| <b>15</b>          | Тема 15. Віртуальні підприємства: організація і технологія роботи Internet-магазину             | 2            |
| <b>16</b>          | Тема 16. Організація продажу товарів через Internet-аукціони                                    | 4            |
| <b>17</b>          | Тема 17. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики | 4            |
| Разом за модулем 3 |   | <b>20</b>    |

| <b>МОДУЛЬ 4</b>           |   |           |
|---------------------------|---|-----------|
| <b>18</b>                 | Тема 18. Платіжні та фінансові системи в електронній комерції   | 4         |
| <b>19</b>                 | Тема 19. Організація надання послуг в електронній комерції  | 3         |
| <b>20</b>                 | Тема 20. Безпека і захист інформації в електронній комерції   | 4         |
| <b>21</b>                 | Тема 21. Маркетинг і реклама в мережі Internet  | 4         |
| <b>22</b>                 | Тема 22. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності | 3         |
| <b>Разом за модулем 4</b> |   | <b>18</b> |
| <b>Усього за курс</b>     |   | <b>90</b> |

### 2.2.1. Тематика лекційних занять

| <b>№ з/п</b> | <b>Назва теми</b>   |
|--------------|---|
| <b>1</b>     | <p><b>Тема 1. Інформаційний бізнес і тенденції його розвитку</b></p> <p>1. Сутність інформаційного бізнесу.<br/> 2. Інформаційні продукти і послуги.<br/> 3. Функції інформаційного бізнесу.<br/> 4. Модель інформаційного бізнесу.<br/> 5. Середовище підприємництва.<br/> 6. Особливості інформаційного бізнесу.</p> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12.</p>  |
| <b>2</b>     | <p><b>Тема 2. Інформаційний ринок і механізм його функціонування</b></p> <p>1. Поняття інформаційного ринку.<br/> 2. Структура інформаційного ринку.<br/> 3. Механізм функціонування інформаційного ринку.<br/> 4. Етапи інформаційного ринку України.<br/> 5. Тенденції розвитку інформаційного ринку України.<br/> 6. Проблеми інформаційного ринку України.</p> <p><b>Література:</b> 3, 5, 8, 9, 10, 12</p>                                       |
| <b>3</b>     | <p><b>Тема 3. Створення та організація діяльності компаній ІТ-індустрії</b></p> <p>1. Організаційно-правові форми бізнесу, переваги та недоліки організаційно-правових форм для компаній ІТ-індустрії.<br/> 2. Типи організаційних структур та етапи побудови організаційної структури компаній ІТ-індустрії.<br/> 3. Франчайзинг як спосіб організації власної справи в інформаційному бізнесі.</p> <p><b>Література:</b> 1, 2, 8, 9, 10, 11</p>     |
| <b>4</b>     | <p><b>Тема 4. Система забезпечення ІТ-Електронна комерція при організації компанії ІТ-індустрії</b></p> <p>1. Організація ІТ-Електронна комерція на підприємстві.<br/> 2. Проектування виробничої системи компаній ІТ-індустрії.<br/> 3. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу персоналу компаній ІТ-індустрії.<br/> 4. Особливості нормування праці програмістів.</p> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12.</p> |



|               |  |
|---------------|--|
| 5             | <p><b>Тема 5. Організація маркетингової діяльності в інформаційному бізнесі</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформаційний маркетинг: визначення та особливості.</li> <li>2. Основні функції та стратегії маркетингу.</li> <li>3. Концептуальне моделювання процесу інформаційного маркетингу.</li> <li>4. Система маркетингової інформації.</li> <li>5. Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері.</li> <li>6. Аналіз життєвого циклу ІПП.</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Література:</b> 2, 3, 5, 11, 12.</p>  |
| 6             | <p><b>Тема 6. Правові засади підприємництва в інформаційній сфері</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначення та основні умови і принципи підприємництва</li> <li>2. Види підприємницької діяльності.</li> <li>3. Організаційно-правові форми бізнесу.</li> <li>4. Державна реєстрація підприємництва.</li> </ol> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 19</p>  |
| 7             | <p><b>Тема 7. Організація та порядок розрахунків зі споживачами інформаційних товарів</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформаційно-правова база з проведення розрахунків за інформаційними товарами.</li> <li>2. Зміст та порядок укладання договорів на інформаційне обслуговування.</li> <li>3. Розрахунок ціни на інформаційні продукти та послуги.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технологія електронної комерції для впровадження інформаційних продуктів.</li> <li>2. Основні сфери електронного бізнесу.</li> <li>3. Недоліки електронної комерції.</li> </ol> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 12</p>                         |
| 8             | <p><b>Тема 8. Франчайзинг як спосіб організації власної справи</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття франчайзингу та його типи.</li> <li>2. Переваги та недоліки франчайзингу для франчайзера.</li> <li>3. Франчайзинг в інформаційному бізнесі.</li> </ol>  |
| 9             | <p><b>Тема 9. Купівля – продаж існуючого бізнесу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Переваги та недоліки купівлі існуючого бізнесу.</li> <li>2. Теоретичні засади оцінки бізнесу.</li> <li>3. Методи оцінювання вартості фірми.</li> <li>4. Купівля, злиття і поглинання в інформаційному бізнесі.</li> </ol>   |
| 10            | <p><b>Тема 10. Основи планування підприємницької діяльності</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бізнес-план, його функціональні ролі.</li> <li>2. Зміст і структура бізнес-плану.</li> <li>3. Послідовність складання бізнес-плану.</li> </ol> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 21, 23, 36, 39, 40</p>  |
| 11            | <p><b>Тема 11. Консалтинг в сфері інформаційних технологій та організація консультування</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технологія вибору програмних рішень та ІТ-проектів для підприємств.</li> <li>2. Автоматизація бізнес процесів підприємства.</li> <li>3. Можливості програмних продуктів (Excel, Access, PowerPoint, 1С та ін.).</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консалтингові проекти в галузі ІТ-аутсорсингу.</li> <li>2. Технології вибору програмних рішень та ІТ-проектів для підприємства.</li> <li>3. Доцільність переходу до ІТ-аутсорсингу.</li> </ol> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 26, 45.</p> |
| 12            | <p><b>Тема 12. Організація проведення презентації підприємства</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність презентації. Типи презентацій та особливості організації їх.</li> <li>2. Організація і планування презентації.</li> <li>3. Методи підвищення ефективності презентації.</li> <li>4. Наочні матеріали у проведенні презентації.</li> </ol> <p><b>Література:</b> 1, 2, 3, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 31, 33, 34, 49,</p>   |
| <b>Всього</b> |  |

### 2.2.2. Тематика лабораторних занять

| № з/п         | Назва теми  | Кількість годин |
|---------------|---|-----------------|
| 1             | Лабораторна робота № 1. Автоматизація внутрішньобанківських розрахункових, кредитних і депозитних операцій  | 2               |
| 2             | Лабораторна робота № 2. Фінансові операції в Excel. Визначення майбутньої та теперішньої вартості інвестицій  | 2               |
| 3             | Лабораторна робота № 3. Використання засобу "Подбор параметра"  | 2               |
| 4             | Лабораторна робота № 4. Визначення кількості періодів і відсоткової ставки  | 2               |
| 5             | Лабораторна робота № 5. Визначення параметрів фінансової ренти  | 2               |
| 6             | Лабораторна робота № 6. Аналіз грошових потоків   | 2               |
| 7             | Лабораторна робота № 7. Розрахунок амортизації  | 2               |
| 8             | Лабораторна робота № 8. Побудова фінансових таблиць   | 2               |
| 9             | Лабораторна робота № 9. Основи проектування баз даних у СУБД МБ Access. Створення бази даних у СУБД MS Access. Установлення зв'язків між таблицями БД | 2               |
| <b>Всього</b> |   | <b>18</b>       |

### 2.2.3. Самостійна робота

| № з/п | Назва теми (змістовий модуль)   | Короткий зміст  |
|-------|---|---|
| 1     | <b>Тема 1.<br/>Інформаційний бізнес і тенденції його розвитку</b>     | <p>Сутність інформаційного бізнесу. Поняття та економіко-організаційні основи інформаційного бізнесу. Критерії, за якими визначається поняття "інформаційна компанія". Сутність інформації. Види інформації за певними ознаками. Види інформації за певними ознаками. Чинники, що впливають на розвиток інформаційного бізнесу. Групи споживачів інформаційних товарів.</p> <p>Інформаційні продукти і послуги (ІПП). Поняття інформаційного продукту та інформаційної послуги. Міжнародні стандарти промислової класифікації сфери послуг та інші види інформаційних послуг. Горизонтальний та вертикальний рух інформації в інформаційному бізнесі. Класифікація ІПП.</p> <p>Функції інформаційного бізнесу. Функції інформаційного бізнесу: загальні та специфічні. Методики оцінки якісних характеристик апаратних та програмних засобів і методики вибору та обґрунтування програмно-технічної бази інформаційних систем різних класів. Визначення оптимального для підприємства спектру програмних і технічних засобів та організація консультативного обслуговування користувачів.</p> |
| 2     | <b>Тема 2.<br/>Інформаційний ринок і механізм його функціонування</b> | <p>Поняття та структура інформаційного ринку. Поняття інформаційного ринку. Ринок апаратних засобів оброблення інформації. Види програмних засобів. Ринок телекомунікаційного обладнання. Ринок програмних продуктів. Класифікація ринку програмних продуктів. Ринок послуг. Ринок електронної інформації. Ринок електронних угод. Ринок інтегрованих інформаційних систем.</p> <p>Механізм функціонування інформаційного ринку. Структура розподільної системи. Характеристика виробників інформаційних продуктів і послуг. Суб'єкти інформаційного ринку: замовників, розробників, власників, посередників. Моделі</p>  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | продажу інформаційних продуктів. Схема відносин між вендором, дистриб'ютором, дилером і кінцевим користувачем. Рівні партнерства: звичайний партнер, партнер з поглибленими зв'язками, почесний партнер.   |
| 3 | <b>Тема 3.<br/>Створення та організація діяльності компаній ІТ-індустрії</b>                     | Організаційно-правові форми бізнесу, переваги та недоліки організаційно-правових форм для компаній ІТ-індустрії. Суб'єкти підприємницької діяльності. Моделі підприємницької поведінки. Види підприємницької діяльності. Види організаційно-правових форм бізнесу. Класифікація організаційних форм інформаційного бізнесу. Класифікаційні групування підприємств інформаційного бізнесу, притаманні інформаційній сфері. Засновники інформаційної компанії та їх функції. Загальні вимоги до змісту установчих документів товариств. Порядок державної реєстрації підприємництва. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах.  |
| 4 | <b>Тема 4. Система забезпечення ІТ-Електронна комерція при організації компанії ІТ-індустрії</b> | Організація ІТ-Електронна комерція на підприємстві. Організація виробничо-господарської діяльності інформаційних структур. Зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного і оперативного планування, їх нормативна база. Принципи та порядок розробки виробничої програми. Формування виробничої програми на основі виявленого попиту та укладених договорів. Зміст і порядок розрахунку обсягів продажу різних видів інформаційних товарів. Критерії оцінювання підприємств інформаційного бізнесу.<br>Проектування виробничої системи компаній ІТ-індустрії. Організація операційної системи. Елементи виробничого процесу організації. Взаємозв'язок підсистем виробничої системи. Класифікація виробничих систем. Особливості проектування виробничої системи інформаційно-обчислювальної фірми. Проектування виробничого процесу. Проектування виробів. Визначення виробничих потужностей і місця їх розташування. Розробка виробничих операцій. Проектування підприємства. |
| 5 | <b>Тема 5.<br/>Організація маркетингової діяльності в інформаційному бізнесі</b>                 | Інформаційний маркетинг: визначення та особливості. Концепція та функції інформаційного маркетингу. Особливості інформаційного маркетингу. Місце функцій маркетингу в системі бізнесу. Взаємозв'язок завдання і підфункцій маркетингу. Заходи, здійснювані у межах підфункцій маркетингу. Сутність місіонерського маркетинг (попит споживача на інформаційні продукти та послуги формується з допомогою пояснення переваг та особливостей нових інформаційних продуктів).<br>Концептуальне моделювання процесу інформаційного маркетингу. Аналіз ринкових можливостей підприємства. Узагальнена схема взаємодії учасників інформаційного ринку. Схема процесу інформаційного маркетингу. Характеристика процесу інформаційного маркетингу. Дослідження та оцінювання динаміки суспільних і конкретних інформаційних потреб. Оцінювання витрат і результатів на створення конкретного ІПП. Розроблення комплексу маркетингу.  |
| 6 | <b>Тема 6. Правові засади підприємництва в інформаційній сфері</b>                               | Визначення та основні умови і принципи підприємництва. Види підприємницької діяльності. Організаційно-правові форми бізнесу. Державна реєстрація підприємництва.   |

|    |   |   |
|----|---|---|
| 7  | <b>Тема 7.<br/>Організація та<br/>порядок<br/>розрахунків зі<br/>споживачами<br/>інформаційних<br/>товарів</b>    | <p>Інформаційно-правова база з проведення розрахунків за інформаційними товарами. Інформаційно-правова база з проведення розрахунків за інформаційними товарами. Організація договірних взаємовідносин зі споживачами інформаційних товарів (продукції, робіт, послуг). Зміст та порядок укладання договорів на інформаційне обслуговування, розробку програмних засобів, проектів інформаційних систем та інше.</p> <p>Розрахунок ціни на інформаційні продукти та послуги. Визначення трудомісткості та вартості робіт, що виконуються. Визначення ціни на інформаційні продукти та послуги. Методи ціноутворення, особливості ціноутворення на інформаційні продукти та послуги.</p> |
| 8  | <b>Тема 8.<br/>Франчайзинг, як<br/>спосіб організації<br/>власної справи</b>                                      | <p>Поняття франчайзингу та його типи. Переваги та недоліки франчайзингу для франчайзера. Франчайзинг в інформаційному бізнесі.</p>  |
| 9  | <b>Тема 9. Купівля –<br/>продаж<br/>існуючого бізнесу</b>   | <p>Переваги та недоліки купівлі існуючого бізнесу. Теоретичні засади оцінки бізнесу. Методи оцінювання вартості фірми. Купівля, злиття і поглинання в інформаційному бізнесі.</p>   |
| 10 | <b>Тема 10. Основи<br/>планування<br/>підприємницької<br/>діяльності</b>  | <p>Бізнес-план, його функціональні ролі. Функції бізнес-плану (БП). Вимоги і правила щодо оформлення бізнес-плану. Зміст і структура бізнес-плану. Взаємозв'язок факторів, які впливають на склад, структуру та обсяг БП. Структура БП. Послідовність складання бізнес-плану. Правила та вимоги оформлення БП. Поетапний процес кампанії по залучення капіталу.</p>   |
| 11 | <b>Тема 11.<br/>Консалтинг в<br/>сфері<br/>інформаційних<br/>технологій та<br/>організація<br/>консультування</b> | <p>Технологія вибору програмних рішень та ІТ-проектів для підприємств. Система вибору ІТ-проектів, критерії та інструментарій вибору ІТ-проектів. Метод експрес-оцінювання альтернатив та метод аналізу ієрархій. Визначення відповідності вхідної та вихідної інформації, що використовується на підприємстві, вимогам програмного продукту. Задоволення процентним співвідношенням завершених проектів до загального обсягу проектів.</p>   |
| 12 | <b>Тема 12.<br/>Організація<br/>проведення<br/>презентації<br/>підприємства</b>                                   | <p>Сутність презентації. Типи презентацій та особливості організації їх. Суть презентації фірми. Поетапний опис кампанії по залученню капіталу і товару. Типи презентацій та особливості їх організації. Спілкування з аудиторією: інформування, переконання, нагадування (підтримка). Класифікаційні ознаки презентації (за домінуючими характеристиками, об'єктом, цілями, масштабами та формою проведення та ін.).</p>   |
| 13 | <b>Тема 13. Суть та<br/>значення<br/>розвитку<br/>електронної<br/>комерції</b>                                    | <p>Електронна комерція як навчальна дисципліна. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Різниця між електронним і традиційним бізнесом. Переваги електронного бізнесу. Причини переходу в кіберпростір. Операції електронної комерції. Види електронної комерції.</p> <p>Переваги та характерні риси електронної комерції. Розширення ринку. Нові послуги. Зниження витрат. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку.</p> <p>Місце електронного бізнесу в системі світового господарства. Історія розвитку електронної комерції.</p>  |

|    |  |   |
|----|--|---|
| 14 | <b>Тема 14. Основні категорії та інструментарій електронної комерції</b>                   | <p>Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції. Принципи функціонування електронного бізнесу. Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції. Недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції.</p> <p>Історія Internet. Основні категорії мережі Internet. Основні служби мережі Internet. Ідентифікація Internet-ресурсів. Особливості українського сегмента Internet. Процедура створення Web-сайта. Бізнес-моделі сайтів.</p> <p>Історія Інтернету. Інтернет: мережі, завдання, учасники. Інтернет: юридичні проблеми. Міжнародний розмах. Електронний ринок. Швидко зростаючий звід норм. Протокол передачі файлу (РТР), доменні імена, посилання. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі. Комунікаційні характеристики Інтернету. Перспективи розвитку мережі.</p>  |
| 15 | <b>Тема 15. Віртуальні підприємства: організація і технологія роботи Internet-магазину</b> | <p>Поняття Internet-магазину та особливості його функціонування. Класифікація Internet-магазинів. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Характеристика методів розрахунку за придбаний товар. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині. Електронні воли як перспективна форма Internet-торгівлі.</p>  |
| 16 | <b>Тема 16. Організація продажу товарів через Internet-аукціони</b>                        | <p>Організація IT-менеджменту на підприємстві. Організація виробничо-господарської діяльності інформаційних структур. Зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного і оперативного планування, їх нормативна база. Принципи та порядок розробки виробничої програми. Формування виробничої програми на основі виявленого попиту та укладених договорів. Зміст і порядок розрахунку обсягів продажу різних видів інформаційних товарів. Критерії оцінювання підприємств інформаційного бізнесу.</p> <p>Проектування виробничої системи компаній IT-індустрії. Організація операційної системи. Елементи виробничого процесу організації. Взаємозв'язок підсистем виробничої системи. Класифікація виробничих систем. Особливості проектування виробничої системи інформаційно-обчислювальної фірми. Проектування виробничого процесу. Проектування виробів. Визначення виробничих потужностей і місця їх розташування. Розробка виробничих операцій. Проектування підприємства.</p> <p>Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу персоналу компаній IT-індустрії. Схема управління працею на підприємствах інформаційної сфери. Класифікація витрат робочого часу. Методи вивчення витрат робочого часу і встановлення норм виробітку. Нормування праці операторів ПК, нормування консультаційного забезпечення.</p> <p>Особливості нормування праці програмістів. Методичні засади нормування праці програмістів. Особливості нормування праці програмістів з допомогою типових норм часу на програмування задач для ПК. Особливості нормування праці програмістів з використанням укрупнених норм часу на розроблення програмних засобів обчислюваної техніки.</p> <p>Нормування праці фахівців, зайнятих технічним обслуговуванням обчислювальної техніки. Нормування праці фахівців, зайнятих технічним обслуговуванням обчислювальної</p> |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    |  | техніки. Особливості нормування праці з використанням норм обслуговування та номограм.  |
| 17 | <b>Тема 17.<br/>Організація<br/>оптового<br/>продажу товарів<br/>та послуг через<br/>електронні<br/>торговельні<br/>майданчики</b> | <p>Інформаційний маркетинг: визначення та особливості. Концепція та функції інформаційного маркетингу. Особливості інформаційного маркетингу. Місце функції маркетингу в системі бізнесу. Взаємозв'язок завдання і підфункцій маркетингу. Заходи, здійснювані у межах підфункцій маркетингу. Сутність місіонерського маркетингу (попит споживача на інформаційні продукти та послуги формується з допомогою пояснення переваг та особливостей нових інформаційних продуктів).</p> <p>Концептуальне моделювання процесу інформаційного маркетингу. Аналіз ринкових можливостей підприємства. Узагальнена схема взаємодії учасників інформаційного ринку. Схема процесу інформаційного маркетингу. Характеристика процесу інформаційного маркетингу. Дослідження та оцінювання динаміки суспільних і конкретних інформаційних потреб. Оцінювання витрат і результатів на створення конкретного ІПП. Розроблення комплексу маркетингу.</p> |
| 18 | <b>Тема 18.<br/>Платіжні та<br/>фінансові<br/>системи в<br/>електронній<br/>комерції</b>   | <p>Поняття платіжної системи в Інтернеті. Дотримання конфіденційності. Збереження цілісності інформації. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація. Гарантії ризиків продавця. Мінімізація плати за транзакцію. Класифікація платіжних систем. Кредитні системи. Дебетові системи. Платіжні системи на основі смарт-карт. "Електронна готівка". Платіжні системи типу CyberPlat, Assist, Еліт-карт.Instant, WebMoney Transfer, PayCash, Pay Pal.</p>  |
| 19 | <b>Тема 19.<br/>Організація<br/>надання послуг в<br/>електронній<br/>комерції</b>  | <p>Види Інтернет-послуг. Особливості послуг, які надаються за допомогою систем ЕК. Інтернет-страхування. Туристичні послуги в Інтернеті. Система дистанційного навчання. Інтернет-трейдинг, як специфічний вид послуг. Електронні брокерські системи. Ринок Forex.</p>  |
| 20 | <b>Тема 20. Безпека<br/>і захист<br/>інформації в<br/>електронній<br/>комерції</b>   | <p>Різновиди шахрайства в електронній комерції. Хакер. Кракер. Криптографічні засоби шифрування інформації. Алгоритми шифрування. Процес шифрування. Різновиди систем шифрування. Цифровий сертифікат. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів.</p> <p>Інші системи захисту інформації, що передається в Internet. Захист Web-застосувань: S-HTTP і SSL. Захист електронної пошти. Захист мереж: міжмережні екрани (брандмауери, Firewall). Віртуальні приватні мережі. Інтерфейси прикладного програмування.</p> <p>Забезпечення захисту у платіжних системах в Internet. Захист у системах на основі пластикових карт. Захист у системах на основі цифрових грошей. Безпека електронних платежів, які діють у пострадянських країнах.</p>  |
| 21 | <b>Тема 21.<br/>Маркетинг і<br/>реклама в мережі<br/>Internet</b>  | <p>Особливості сучасного Internet-маркетингу. Сайтопромоутінг. Закони Інтернет-маркетингу. Методи Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Таргетинг. Пошукова реклама. Медіапланування. Пошукова SEO оптимізація. Формування цін на товарі і послуги в мережі Internet.</p> <p>Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті. Цінові моделі розміщення реклами. Оплата по кількості показів. Фіксована оплата. Оплата по кількості натискань мишею. Оплата по кількості відвідувачів. Оплата в залежності від кінцевого результату. Порівняльний аналіз цінових моделей. Банерна реклама. Методи банерної реклами. Критерії вибору рекламних</p>  |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    |  | <p>площадок.</p> <p>Реєстрація сайта в Web-каталогах і індексація сайта пошуковими системами. Реклама з використанням електронної пошти (opt-out і opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів. Розсилання індивідуальних листів Використання списків розсилання правил ефективного використання дискусійних аркушів. Спам. 9 Вірусний маркетинг. Реклама з використанням дощок оголошень. Розсилання новин сервера. Партнерські програми.</p>   |
| 22 | <p><b>Тема 22.</b><br/><b>Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності</b></p> | <p>Типовий закон про електронну комерцію. Директиви ОЕСД. Директива ЄС. Правові проблеми реалізації схем електронного бізнесу. Світовий досвід правового регулювання електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Українське законодавство в сфері електронного бізнесу. Поняття цифрового підпису та електронного сертифіката. Використання цифрового підпису та електронного сертифіката в практиці електронного бізнесу. Протоколи і стандарти безпеки віртуальних платежів.</p> <p>Інтелектуальна власність у електронній торгівлі. Розуміння зв'язку між інтелектуальною власністю (ІВ) та електронною торгівлею. Інвентаризація активів ІВ, що мають значення для електронної торгівлі. Питання ІВ при проектуванні і створенні веб-сайту. Питання ІВ у зв'язку з назвами доменів в Інтернеті. Вплив патентів на ділову практику в галузі електронної торгівлі. Питання ІВ при поширенні змісту через мережу Інтернет. Проблеми ІВ в міжнародних угодах в галузі електронної торгівлі.</p> |

### 3. Система контролю та оцінювання

Формами поточного контролю є усна чи письмова (тестування, есе, реферат, стаття, тези, розділ кваліфікаційної праці) відповідь студента та ін.

Формами підсумкового контролю є залік.

Засоби оцінювання:

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання є:

- контрольні роботи;
- стандартизовані тести;
- реферати;
- есе;
- презентації результатів виконаних досліджень;
- студентські виступи на наукових заходах.

#### Розподіл балів, які отримують студенти

| Поточне оцінювання<br>(аудиторна та самостійна робота) |          |          |          | Кількість<br>балів<br>(залік) | Сумарна<br>кількість<br>балів |
|--|----------|----------|----------|-------------------------------|-------------------------------|
| Модуль 1   | Модуль 2 | Модуль 3 | Модуль 4 |                               |                               |
| 12   | 12       | 12       | 14       | 50                            | 100                           |

#### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

| Сума балів за всі<br>види навчальної<br>діяльності | Оцінка<br>ЄКТС | Оцінка<br>за національною шкалою                            |
|--|----------------|---|
| 90-100   | A              | зараховано  |
| 80-89  | B              |   |
| 70-79  | C              |   |
| 60-69  | D              |   |
| 50-59  | E              |   |
| 35-49  | FX             | не зараховано з можливістю повторного складання             |
| 0-34   | F              | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |



#### **4. Перелік питань до заліку**

1. Основні поняття. Категорії електронної комерції.
2. Переваги електронної комерції.
3. Дайте визначення електронного бізнесу.
4. З чого складається перехід від звичайних методів управління підприємством до електронних?
5. Аутсорсинг – це?
6. Яку бізнес-функцію не можна передати в аутсорсинг і чому?
7. У якому випадку бізнес вважається електронним?
8. Яким чином визначається різниця між електронним і традиційним бізнесом
9. Між якими суб'єктами в рамках електронної комерції відбувається постійна взаємодія ?
10. Які операції включає електронна комерція ?
11. Які види електронної комерції Ви знаєте ?
12. Назвіть переваги та характерні риси електронної комерції.
13. Планування, розробка та реалізація онлайн-бізнесу. Різні аспекти електронної комерції (технічний, економічний, політичний, фінансовий, соціальний, культурний).
14. Перспективи розвитку електронної комерції. Причини гальмування електронної торгівлі в Україні
15. Ієрархічна структура електронної комерції.
16. Концепція електронних ринків.
17. Основні завдання електронних ринків та їх різновиди.
18. Вимоги споживачів до електронної комерції.
19. Обмін даними в електронній комерції.
20. Необхідні стандарти та протоколи, що підтримують електронну комерцію.
21. Бізнес-моделі для різних типів електронної комерції та їх порівняльна характеристика. Типові сценарії електронної комерції.
22. Ринок B2B, або електронний обмін.
23. Аналіз основних напрямів розвитку електронної комерції.
24. Розвиток сектора B2B на прикладі західних країн і України.
25. Електронна комерція в секторі інтелектуальної власності.
26. Що таке URL-адреса?
27. Що називають IP-адресою?
28. Що називають Web-сторінкою?
29. Що називають Web-сайтом?
30. Що таке Internet-магазин?
31. Назвіть особливі риси Internet-магазинів.
32. Що називають Web-вітриною?
33. Чим відрізняється Internet-магазин від Web-вітрини?
34. Назвіть форми оплати товарів, придбаних в Internet-магазині.
35. Назвіть характерні риси Internet-аукціонів.
36. Назвіть декілька найпоширеніших схем аукціонного торгу.
37. Які специфічні правила діють для електронних аукціонів?
38. Назвіть характерні типи аукціонних товарів.
39. Як організована робота віртуального аукціону ?
40. Стан законодавчого регулювання відносин у інформаційних технологіях. Юрисдикція в Інтернет.
41. Юридична сила договірної та розрахункової документації в електронній формі.
42. Правовий захист інформації. Інтелектуальна власність мережі.
43. Закони України про криптозахист.
44. Антиреклама. Створення тіньових сайтів.
45. Основні сектори електронної комерції.
46. Інтернет-реклама.
47. Торгівля інформаційними послугами.
48. Торгівля фінансовими (банківськими) послугами.
49. Інтернет-банкінг. Інтернет-трейдинг. Інтернет-страхування.

50. Продаж та купівля в Інтернет. Поняття електронного магазину.
51. Оподаткування товарів, що продаються через Інтернет.
52. Ціноутворення в Інтернет.
53. Проектування баз даних та інформаційних систем для комерційних застосувань.
54. Менеджмент операційних ресурсів.
55. Інформаційні послуги.
56. Дистанційне навчання.
57. Телекомунікаційні засоби спілкування.
58. Пластикова картка як платіжний інструмент. Забезпечення функціонування карток.
59. Технологія безготівкових розрахунків на підставі пластикових карток. Проведення операцій. Дебітові системи.
60. Платіжні технології з оплатою за фактом поставки товару, в момент здійснення купівлі, з попередньою оплатою товарів та послуг.
61. Платіжні системи. Електронна валюта.
62. Класифікація платіжних систем.
63. Дайте визначення кредитній платіжній системі.
64. Опишіть недоліки кредитних платіжних систем.
65. Дайте визначення дебетній платіжній системі.
66. Дайте визначення електронним грошам.
67. Електронний цифровий підпис. Цифрові сертифікати.
68. Системи і стандарти електронних розрахунків. Протоколи електронної торгівлі.
69. Обов'язкові процедури при здійсненні платежів.
70. Захист електронних платежів. Захист інформації в банківських системах. Безпека систем обміну електронними даними. Персональні платежі та їх захист.
71. Опишіть основні закони Інтернет-маркетингу.
72. Дайте визначення Інтернет-маркетингу.
73. Що таке Інтернет реклама?
74. Що таке контекстна реклама?
75. Класифікація контекстної реклами.
76. Що таке пошукова оптимізація?
77. Класифікація банерів
78. Класифікація систем обміну банерами.
79. Що таке e-mail маркетинг?
80. Класифікація методів e-mail маркетингу.
81. Що таке вірусний маркетинг?
82. Класифікація методів вірусного маркетингу.
83. Дайте визначення партнерської програми.
84. 74. Які показники характеризують ефективність Інтернет-реклами?
85. Вдосконалення систем безпеки. Діяльність урядових і фінансових структур.
86. Методи вимірювання ефективності електронної комерції.
87. Елементи криптології. Криптологія із закритим та відкритим ключами.
88. Безпека комп'ютерних систем. Захист комп'ютерних систем обробки інформації.
89. Захист електронних платежів.

## 5. Рекомендована література

### 5.1. Основна

1. Введение в информационный бизнес : учебн. пособ. / О. В. Голосов, С. А. Охрименко, А. В. Хорошилов и др. ; под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
2. Електронна комерція : навч. посібн. / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф. А. Шевченко та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – 326 с.
3. Информационные технологии в бизнесе : Энциклопедия / под ред. М. Железны: пер. с англ. – СПб. : Питер, 2002. – 1120 с.
4. Лабжанія Р. Г. Місце і роль аутсорсингу в сфері послуг і виробництві / Р. Г. Лабжанія // Бізнес Інформ. – 2013. – № 7. – С. 357–361.
5. Лазарева С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу : навч. посібн. / С. Ф. Лазарева. – К. : КНЕУ, 2002. – 213 с.
6. Меджибовська Н. С. Електронна комерція : навч. посібн. / Н. С. Мед-жибовська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.
7. Родкина Т. А. Информационная логистика / Т. А. Родкина. – М. : ИНФРА, 2001. – 288 с.
8. Рыжиков Ю. И. Информатика: лекции и практикум / Ю. И. Рыжиков. – СПб. : КОРОНА, 2000. – 256 с.
9. Сидоров А. Экономические аспекты информационных технологий / А. Сидоров // Теория и практика управления. – 2001. – № 1. – С. 86–91.
10. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення Електронна комерція: навч. посібн. / М. Г. Твердохліб. – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с.
11. Трубилина И. Т. Автоматизированные информационные технологии в экономике : учебник / М. И. Семенов, И. Т. Трубилин, В. И. Лойко ; под общ. ред. И. Т. Трубилина. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 10 с.
12. Юзвизин И. И. Основы информациологии : учебник / И. И. Юзвизин. – М. : Высшая школа, 2000. – 517 с.

### 5.2. Додаткова

13. Аррендондо Л. Искусство деловой презентации / Л. Аррендондо: пер. с англ. – Челябинск : Урал LTD, 1998. – 520 с.
14. Беквит Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 272 с.
15. Бугорский В. Н. Сетевая экономика : учебн. пособ. / В. Н. Бугорский. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
16. Віце-президент Гор про добу інформатизації: зміна способу життя, праці та спілкування для людей усього світу // Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів; 2000. – С. 4–6.
17. Брильов С.І., Економічне обґрунтування застосування мобільних інформаційних технологій на промислових підприємствах//Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво,2008.-5.- С. 7-16.– Бібліогр.: с.15-16
18. Буян О.А., Формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві сфери виробництва інформаційних технологій/ О.А.Буян, Д.О.Баюра/Особливості ефективного управління підприємствами в умовах глобальних викликів:матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції молодих вчених та студентів (22 березня р., м. Чернівці).-Чернівці:[БДФЕУ],2013.– С. 311-316.
19. Волот О.І., Інформаційні технології як інструмент реінжинірингу в управлінні підприємствами//Формування ринкових відносин в Україні,2012.-3.– С. 126-129
20. Волот О.І., Методичні аспекти ефективності застосування інформаційно-комунікаційних технологій на промислових підприємствах//Формування ринкових відносин в Україні,2013.-10.– С. 156-160.
21. Ємельянов О.Ю., Інформаційне забезпечення прийняття рішень про впровадження на підприємствах ресурсозберігаючих технологій/ О.Ю.Ємельянов, Т.О.Петрушка, І.М.Петрушка;/Актуальні проблеми економіки,2013.-11.– С. 198-205.
22. Кривов'язюк І.В., Проблеми застосування інформаційних технологій в управлінні

логістичною системою підприємства/ І.В.Кривов'язюк, Ю.М.Кулик;/Актуальні проблеми економіки,2013.-12.– С. 254-262.

23. Левченко М.О., Використання інформаційних технологій в управлінні ризиками машинобудівних підприємств//Актуальні проблеми економіки,2012.-4.– С. 305-311

24. Мацедонська Н.В., Організація впровадження сучасних інформаційних та інтернет-технологій в управлінні підприємствами на ринку олійно-жирової продукції//Економіка та держава,2011.-5.– С. 86-90

25. Пацай Б.Д., Роль інформаційних технологій в управлінні фінансовими ресурсами підприємств//Фінанси України,2008.-8.– С. 82-88

26. Погорелов Ю.С., Інформаційні технології в оцінці та моделюванні розвитку підприємства//Актуальні проблеми економіки,2008.-10.– С. 172-180.– Бібліогр.: с.179-180

27. Попрозман О.І., Інформаційні технології в управлінні підприємством//Формування ринкових відносин в Україні,2013.-1.– С. 49-52

28. Джекобсон К. Комунікаційні технології у розвитку: про рушійні сили революції у галузі телекомунікацій / К. Джекобсон // Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів, 2000. – С. 19–27.

29. Дрожжинов В. Нынешнее поколение европейцев будет жить в информационном обществе / В. Дрожжинов, А. Штрик // Компьютерная неделя. – 2000. – № 13 (235). – С. 15–32.

30. Имери В. Как сделать бизнес в Internet / В. Имери. – К. : Диалектика, 1998. – 464 с.

31. Костюк Н. П. Об экономическом фундаменте информационного общества / Н. П. Костюк, Г. Л. Смолян, Д. С. Черешкин // Информационное общество. – 2000. – Вып. 5. – С. 6–13.

32. Міщенко В. І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг : практичн. посібн. / В. І. Міщенко, А. В. Шаповалов, Г. В. Юрчук – К. : КНЕУ, 2003. – 278 с.

33. Нуралиев Б. Франчайзинг в информационных технологиях / Б. Нуралиев, В. Каменецкий // МИР ПК. – 1999. – № 4. – С. 12–18.

34. Рева В. Е. Коммуникационный Электронна комерція : учебн.-метод. пособ. / В. Е. Рева. – Пенза : Изд. ПГУ, 2003. – 145 с.

35. Саундерс Р. Бизнес путь: Dell. 10 секретов лучшего в мире компьютерного бизнеса / Р. Саундерс. – СПб. : Крылов+, 2003. – 208 с.

36. Семак Е. А. Международный маркетинг : учебн.-метод. пособ. / Е. А. Семак – Мн. : БГУ, 2004. – 150 с.

37. Титова Е. Презентация – "панацея" украинского бизнеса / Е. Титова // Карьера. – 1999. – № 1. – С. 10–13.

38. Фріден Р. М. Глобальна інформаційна інфраструктура / Р. М. Фріден, В. Дж. Дрейк // Телекомунікації в умовах інформаційної доби. Інформаційна Агенція Сполучених Штатів, 2000. – С. 85–89.

39. Федоренко С.В., Зайнятість, фінанси та інформаційні технології на підприємстві/ С.В.Федоренко, М.С.Федоренко;/Економіка та держава,2012.-12.– С. 39-41

40. Харченко Ю.А., Автоматизація системи надання інформаційно-технічних послуг на підприємстві з використанням технологій DCOM/ Ю.А.Харченко, Б.М.Чаленко;/Економіка і регіон,2009.-4.– С. 151-158

41. Цюцюпа С. В., Формування та аналіз інформаційно-комунікаційних технологій в системі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств//Вісник КІБіТ,2015.-3.– С. 93-99.

42. Экономическая информатика / под ред. П. В. Конюховского и др. – СПб. : Питер, 2000. – 560 с.

43. Энтони Дж. Эффективная презентация. Стратегия успеха / Дж. Энтони. – Мн. : Амаффея, 1997. – 207 с.

44. Гужва В.М., Інформаційні системи в міжнародному бізнесі:навч. посіб.– Київ, 1999.– 164 с.

45. Бльок Н.В., Інформаційні системи в кадровому Електронна комерціяі органів внутрішніх справ та їх вплив на безпеку бізнесу/ Н.В.Бльок, М.О.Живко, О.М.Живко;/Актуальні проблеми економіки,2013.-11.– С. 172-179.

46. Корінько М.Д., Формування корпоративної інформаційної системи у процесі реінжинірингу бізнес-процесів під час реструктуризації транснаціональних корпорацій/

М.Д.Корінько, Г.Б.Тітаренко;/Актуальні проблеми економіки,2009.-10.– С. 227-232.

47. Ліпич Л.Г., Інформаційно-аналітичне забезпечення системи формування витрат бізнес-процесів/ Л.Г.Ліпич, Л.О.Ющишина;/Актуальні проблеми економіки,2011.-10.– С. 38-44

48. Ханін І.Г., Бізнес-орієнтований розвиток освіти в галузі інформаційних технологій на основі системно-семіотичної парадигми//Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво,2010.-5.– С. 236-243

49. Якименко О.Є., Інформаційні системи як інструмент управління бізнес-процесами на підприємствах України//Вісник ДДФА. Серія: Економічні науки,2008.-1.– С. 130-132

50. Eastern Empires. Foreign Ownership In Central And Eastern European Media: Ownership, Policy Issues and Strategies // European Federation of Journalists. – 2000. – Vol. 2 – No. III/IV. – P. 23–35.

## **6. Інформаційні ресурси**

1. [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) - урядовий портал Кабінету Міністрів України.
2. [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua) - Національний банк України
3. [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua) - Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
4. [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua) - Міністерство фінансів України
5. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) – Державна служба статистики України
6. [www.niss.gov.ua](http://www.niss.gov.ua) - Національний інститут стратегічних досліджень
7. [www.iweir.org.ua](http://www.iweir.org.ua) - Інститут світової економіки і міжнародних відносин
8. [www.uceps.org](http://www.uceps.org) - Український центр економічних і політичних досліджень ім. О.Разумкова
9. [www.igls.com.ua](http://www.igls.com.ua) - Інститут глобальних стратегій
10. [www.lawukraine.com](http://www.lawukraine.com) - База українського законодавства в Інтернет
11. <http://lib-gw.univ.kiev.ua/> - Наукова бібліотека ім. Максимовича
12. <http://library.dongu.donetsk.ua/> - Наукова бібліотека Донецького університету
13. [www.libr.dp.ua](http://www.libr.dp.ua) – Дніпропетровська обласна наукова бібліотека
14. [www.lsl.lviv.ua](http://www.lsl.lviv.ua) - Львівська електронна бібліотека ім. В.Стефаника
15. [www.ognb.odessa.ua](http://www.ognb.odessa.ua) – Одеська державна наукова бібліотека ім. М.Горького