

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя**  
**Факультет економіки та менеджменту**

*Кафедра економічної кібернетики*

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**  
**ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**  
**з курсу «Інформаційні технології продаж»**  
*для студентів денної та заочної форми навчання*  
*за освітнім ступенем «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг»*

**Тернопіль 2021**

Методичні вказівки до проведення практичних занять з курсу «Інформаційні технології продаж» для студентів денної та заочної форми навчання за освітнім ступенем «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» розроблено згідно робочої програми курсу. Укл. Ковальчик О.А.. – Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2021. – 25 с.

Укладач: Ковальчик О.А.  
асистент кафедри економічної кібернетики ТНТУ ім. І. Пулюя

Рецензент: Кареліна О.В., к.пед.н.,  
доцент кафедри кібербезпеки ТНТУ ім.І.Пулюя

Методичні вказівки до проведення практичних занять з курсу «Інформаційні технології продаж» для студентів денної та заочної форми навчання за освітнім ступенем «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» затверджено на засіданні кафедри економічної кібернетики

Протокол № від «» 2021 р.

Методичні вказівки до проведення практичних занять з курсу «Інформаційні технології продаж» для студентів денної та заочної форми навчання за освітнім ступенем «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» затверджено на засіданні методичної комісії ФЕМ

Протокол № від « » 2021 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП	4
Практична робота №1	5
Практична робота №2	6
Практична робота №3	7
Практична робота №4	9
Практична робота №5	10
Практична робота №6	11
Практична робота №7	13
Практична робота №8	14
Практична робота №9	15
Практична робота №10	16
Практична робота №11	18
Практична робота №12	20
Практична робота №13	21
Практична робота №14	22
Практична робота №15	24
Практична робота №16	24
Рекомендована література	25

## ВСТУП

**Методичні рекомендації до виконання практичних робіт** призначені для надання допомоги студентам під час підготовки та виконання практичних робіт з дисципліни «Інформаційні технології продаж».

**Метою вивчення дисципліни** «Інформаційні технології продаж» є формування професійних компетенцій з методології організації та використання інформаційних технологій (ІТ) щодо ведення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

**Завданням курсу** є вивчення теоретичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, методів захисту інформації; оволодіння практичними навиками зі створення та оцінки рекламних засобів електронної комерції, а також оволодіння практичним уміннями з оцінювання стану електронної комерції з метою створення стратегічних конкурентних переваг.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей:

загальних:

- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо.

фахових:

- Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Практичні заняття з курсу «Інформаційні технології продаж» мають на меті закріпити лекційний матеріал у ході виконання практичних завдань.

Методичні вказівки сформовано відповідно до робочої програми даної дисципліни та вміщують тематику занять, практичні завдання з усіх тем та список рекомендованої літератури.

## **Практична робота №1**

### **Аналіз електронного ринку**

**Мета.** Провести аналіз електронного ринку товарів окремих областей України за напрямками, переглядаючи web-сторінки, користуючись гіперпосиланнями, шукаючи необхідну інформацію в Інтернет.

#### *Хід виконання практичної роботи*

##### Завдання 1

Ознайомитися з представниками електронного ринку конкретної області країни (за відповідним варіантом) за напрямками B2B, B2C, C2C, A2C, C2A та проаналізувати знайдені ресурси (кількість знайдених сторінок за запитами, кількість шуканих об'єктів, скріншоти тощо) за наведеними нижче питаннями:

1. які торгові біржі, торгові майданчики представляють напрям B2B ( всеукраїнські і/або окремі представники у даній області). Вказати назви та інтернет-адреси/посилання, або скріншоти.
2. яка кількість інтернет-крамниць, підприємців тощо працює в напрямку B2C в області. ( всеукраїнські і/або окремі представники у даній області). Вказати назви та інтернет-адреси/посилання, або скріншоти сторінки пошуку.
3. які веб-сайти відносяться до напрямку C2C (всеукраїнські і/або окремі представники у даній області). Вказати назви та інтернет-адреси/посилання, або скріншоти.
4. які веб-сайти відносяться до напрямку A2C та C2A (всеукраїнські і/або окремі представники у даній області). Вказати назви та інтернет-адреси/посилання, або скріншоти.

\*\*\*Для цього переглянути сторінки місцевих новин, місцевого уряду, фірм, організацій тощо (наприклад, для Тернопільської обл.: [www.0352.ua](http://www.0352.ua), <http://www.oda.te.gov.ua/> тощо).

##### Завдання 2

1.Зробити висновки, використовуючи зібрані дані для аналізу:

- які напрями представлені в цій області і/або по всій країні,
- який з напрямків найбільш розвинений
- який з напрямків найменше розвинений

#### **Зміст звіту з практичної роботи №1**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1) оформити у звіт.
3. Висновки (Завдання 2).

## Практична робота №2

### Порівняльний аналіз інтернет-крамниць

**Мета.** Ознайомитися з організацією роботи різних Інтернет-крамниць та зробити їх порівняльний аналіз.

*Хід виконання практичної роботи*

**Завдання 1.** Ознайомитися з роботою декількох українських Інтернет-крамниць у вибраній області України. Вибрати один з напрямків даного е-ринку для проведення більш детального дослідження.

#### **Виконання**

1. Для виконання завдання переглянути сторінки обласних новин, фірм, організацій тощо. Наприклад, вибрати 3-5 тернопільських інтернет-крамниць. Основні пункти для порівняння:

- 1) Зручність користування
  - 2) Асортимент, форми його представлення
  - 3) Форми оплати
  - 4) Форми доставки
  - 5) Зворотній зв'язок, наявність фізичних адрес
  - 6) тощо
2. Послідовно зайдіть на сайти цих магазинів і дайте письмово відповіді на такі запитання:
- 1) Які групи товарів (послуг) можна придбати (отримати) у цих крамницях?
  - 2) Які механізми використовуються для надання цінової інформації на запропоновані товари (послуги)?
  - 3) Як (візуально, з допомогою текстового опису тощо) потенційні покупці можуть ознайомитися з товарами (послугами)?
  - 4) Які механізми замовлення товару по Internet працюють у цих Internet-крамницях?
  - 5) Чи існує в цих Internet-крамницях система знижок на товари? Які вони порівняно з традиційними крамницями?
  - 6) Які системи доставки товарів пропонуються покупцям — традиційна пошта, кур'єрська доставка тощо?
  - 7) Які регіони охоплює система доставки товарів цих Internet-крамниць?
  - 8) Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти?
  - 9) Чи є цей он-лайновий бізнес відображенням оф-лайнового бізнесу?

#### **Завдання 2**

- 1) Зробити висновки про візуальне представлення та роботу інтернет-крамниць з позиції економіста-маркетолога.
- 2) Надати пропозиції по усуненню недоліків та покращенню роботи цих крамниць.

#### **Зміст звіту з практичної роботи №2**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1) оформити у звіт.
3. Висновки (Завдання 2).

## Практична робота №3

### Правові аспекти ведення електронної комерції

**Мета.** Ознайомитися з правовими аспектами ведення електронної комерції та проаналізувати організаційно-правове забезпечення електронної комерції у вітчизняному та міжнародному правовому полі.

*Хід виконання практичної роботи*

#### Завдання 1

1. Ознайомитися зі змістом основних нормативно-правових актів, що регламентують процеси формування та розвитку вітчизняної та міжнародної електронної комерції (див.джерела 1-5) та проаналізувати їх основні положення.
2. Результати роботи оформити у вигляді таблиці.

№ з/п	Аспект діяльності, що підлягає регламентуванню	Джерело інформації / Нормативний акт	Короткий зміст
1.	Правовий статус електронного документа та його оригіналу	Закон України „Про електронні документи та електронний документообіг”	
2	Порядок відправлення електронного документа	Закон України „Про електронні документи та електронний документообіг”	
3	Порядок одержання електронного документа	Закон України „Про електронні документи та електронний документообіг”	
4	Гарантії одержання та цілісності електронного документа	Закон України „Про електронні документи та електронний документообіг”	
5	Правила зберігання електронного документа	Закон України „Про електронні документи та електронний документообіг”	
6	Субєкти електронного цифрового підпису	Закон України „Про електронний цифровий підпис”	
7	Правовий статус електронного	Закон України „Про електронний цифровий	

	цифрового підпису	підпис”	
8	Призначення електронного цифрового підпису	Закон України „Про електронний цифровий підпис”	
9	Структура сертифіката ключів	Закон України „Про електронний цифровий підпис”	
10	Права та обов'язки підписувача	Закон України „Про електронний цифровий підпис”	
11	Права та обов'язки центра сертифікації ключів	Закон України „Про електронний цифровий підпис”	
12	Функції центрального засвідчувального органа	Закон України „Про електронний цифровий підпис”	

\*\*\*Інтернет-джерела нормативно-правових актів:

1. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/851-15>
2. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/852-15>
3. <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>
4. <http://inau.org.ua/19.290.0.0.1.0.phtml>
5. <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1014.1174.0>

### Зміст звіту з практичної роботи №3

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1) оформити у звіт.



## **Практична робота №4** **Особливості написання текстів для інтернет-продаж**

**Мета.** Ознайомитися з особливостями написання заголовків і лідів для текстів інтернет-продаж.

### *Короткі теоретичні відомості*

1. В загальному виділяють два види заголовків: позитивні та негативні. Всі види заголовків орієнтовані на певну цільову аудиторію (ЦА). Головна мета заголовка - спонукати прочитати текст далі і зробити певні дії (перейти за гіперпосиланням, купити щось, записатись на курси тощо)
2. Основні схеми позитивних заголовків:
  - відповідають на питання "ЯК...?", "ЯКИМ ЧИНОМ...?" "ЧОМУ..?" (напр. "Як правильно скласти резюме для пошуку роботи")
  - цифрові (напр. "5 корисних сайтів для вивчення іноземної мови")
  - здивування, сенсація (напр. "Ця новинка дозволить зекономити вам 50% витрат на електрику!")
3. Основні схеми негативних заголовків:
  - називають проблему цільової аудиторії (напр. "Зараз ви переплачуєте за електрику вдвічі більше ніж могли би!")
  - працюють зі страхами ЦА, викликають шок (напр. "Ви знаєте, що втрачаєте своє здоров'я щодня, не використовуючи ці 3 правила?")
4. Ліди - перші абзаци тексту для інтернет-продаж, які спонукають читати текст повністю та виконати певну необхідну дію, за ради якої і пишеться текст. Наприклад, перейти за гіперпосиланням, купити щось, записатись на курси тощо.

### *Хід виконання практичної роботи*

#### **Завдання**

1. Обрати тему для просування певного товару, послуги, заходу тощо у одній з соціальних мереж або на сайті фірми. (Напр., анонс мовних курсів, на які пропонують записатись; студія фітнесу набирає бажаючих; новостворене кафе рекламує своє меню; приватний фотограф пропонує свої послуги, які можна замовити на його сайті тощо)
2. Написати 3-4 заголовка до обраної теми (позитивні та негативні).
3. Вибрати один з написаних заголовків та написати до нього лід (1-й абзац).

#### **Зміст звіту з практичної роботи №4**

1. Мета роботи.
2. Вказати тему та продукт, який буде просуватися і місце його просування у мережі Інтернет. Прописати 3-4 заголовка до обраної теми (позитивні та негативні).
3. Прописати створений текст для інтернет-продаж з заголовком та основну частину (мінімум один абзац).
4. Висновки: на яку цільову аудиторію розрахований даний текст.

## **Практична робота №5**

### **Реклама у глобальній мережі Інтернет**

**Мета.** Дослідження сучасних підходів і методів реклами та просування товарів в Інтернеті. Створення рекламного повідомлення.

*Хід виконання практичної роботи*

#### **Завдання 1**

Розглянути і виокремити засоби реклами, які застосовують:

- крупні комерційні організації, що надають послуги або продають товари однієї групи;
- інтернет-крамниці, що продають стандартні товари різних груп;
- приватні підприємці (інфопідприємці) в просуванні своїх унікальних товарів чи послуг.

#### **Завдання 2**

Проаналізувати розглянуті у завданні 1 засоби реклами, які застосовуються для просування товарів чи послуг з врахуванням типу споживачів за наступними пунктами:

1. Який вид реклами використовується найчастіше?
2. Який вид реклами є більш дієвим для якої вікової групи споживачів?
3. Поєднання яких видів реклами є найбільш ефективним?

Занотувати відповіді у звіт з наведеними прикладами (скріншотами)

#### **Завдання 3**

Створити рекламне повідомлення для одного з видів інтернет-реклами (контекстна реклама, різновиди електронного листа, текст для просування у соцмережах тощо) для просування певного товару/послуги/продукту.

#### **Зміст звіту з практичної роботи №5**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1,2).
3. Текст рекламного повідомлення для просування певного товару/послуги/ (Завдання 3).
4. Висновки (за результатами досліджень сучасних підходів і методів реклами та просування товарів в Інтернеті та аналізу ефективності інтернет-реклами).

## Практична робота №6

### Маркетинг у глобальній мережі Інтернет

**Мета.** Ознайомитись з особливостями аналізу якості Internet-представництва комерційної структури, порядком замовлення маркетингових послуг в Internet.

*Хід виконання практичної роботи*

#### Завдання 1

- 1) знайти 3-4 маркетингові компанії (наприклад, «Маркетингові технології ПБС», «Західна маркетингова компанія ЗМК», «Kaddirect» тощо);
- 2) зайти на сайт кожної з маркетингових компаній і ознайомитись з переліком послуг, які вони надають;
- 3) здійснити порівняльний аналіз маркетингових компаній, результати оформити у вигляді таблиці 6.1;

Таблиця 6.1 – Порівняльна характеристика маркетингових компаній

Назва компанії	Вид послуг	Методи/технології дослідження	Етапи реалізації дослідження	Контактна інформація
1. ЗМК				
2.				
3.				
4.				

Завдання 2. Скласти план маркетингового дослідження для товарів-новинок відповідно до заданого варіанта (табл. 6.2). План проведення маркетингового дослідження оформити у вигляді таблиці 6.3;

Таблиця 6.2 – Товарна спеціалізація

Варіант	Вид товару	Варіант	Вид товару
1.	Електронна книга	9.	Домофон
2.	Меблі для офісу	10.	Сендвіч-гостер
3.	Мобільний телефон	11.	Принтер
4.	Термобілизна	12.	Термобокс
5.	Дитячий конструктор	13.	Проектор
6.	Меблі для дому	14.	Дитяче автомобільне крісло
7.	Фотообладнання	15.	Дитяче харчування
8.	Матеріал для утеплення будинку	16.	Шкільна форма

Таблиця 6.3 – План проведення маркетингового дослідження для товару-новинки

Назва етапу дослідження	Зміст
1. Генерація ідей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Опитування споживачів, співробітників маркетингових та сервісних підрозділів підприємства, співробітників торговельних організацій.</li> <li>• Відвідування виставок та ярмарок.</li> <li>• Складання рейтингу нових ідей.</li> </ul>
2. Розробка концепції нового товару	
....	

**Зміст звіту з практичної роботи №6**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1, таблиця 6.1).
3. Розроблений план маркетингового дослідження для товару-новинки (Завдання 2, таблиця 6.3) оформити у звіт.
4. Висновки зроблені згідно порівняльного аналізу маркетингових компаній.

## Практична робота №7

### Системи платежів для електронної комерції

**Мета.** Ознайомитися з принципами роботи платіжних систем. Набути навичок роботи в мережі Internet з метою купівлі–продажу потрібного товару/послуги, операцій перевірки рахунків, формування замовлення, аналізу стану мережевої комерції за допомогою платіжних та фінансових систем Інтернет.

#### *Хід виконання практичної роботи*

##### **Завдання**

Ознайомитися з принципами роботи платіжних систем.

Порядок виконання роботи наведений на прикладі міжбанківської системи електронної доставки і оплати рахунків Portmone.com :

1. Запустити систему Portmone.com (адреса сторінки, з якою можливо відкрити систему: <http://www.portmone.com.ua/>)

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

3. Зареєструватися, слідуючи порядку який описаний у системі.

4. Увійти до системи і сплатити експрес-платіж.

Оформити звіт з демонстрацією головних вікон системи і експрес-платежу, описуючи всі кроки в роботі з системою.

5. Письмово відповісти на питання

- 1) Які саме картки приймаються до сплати?
- 2) Як швидко платіж дійде до компанії – постачальника послуг?
- 3) Чи можлива сплата рахунка за комунальні послуги через Portmone.com?
- 4) Як сплатити рахунки за електроенергію, газ?
- 5) Чи є послуги Portmone.com платними?
- 6) Чи існують у системі обмеження по мінімальному розміру платежу?

##### **Зміст звіту з практичної роботи №7**

1. Мета роботи.

2. Результати проведеного дослідження (Завдання 1,2,3,4) оформити у звіт з демонстрацією головних вікон системи і експрес-платежу, описуючи всі кроки в роботі з системою.

3. Висновки (Завдання 5).

## Практична робота №8

### Системи платежів для електронної комерції

**Мета.** Ознайомлення з принципами роботи платіжних систем. Вивчення функціональних можливостей та набуття практичних навичок роботи з системою Інтернет-банк.

*Хід виконання практичної роботи*

#### **Завдання**

Вивчення функціональних можливостей та набуття практичних навичок роботи з системою Інтернет-банкінгу (на прикладі Приват24 *або іншої системи Інтернет-банк по вибору студента, наприклад або Raiffeisen Online. (сайт банку Аваль <https://www.aval.ua/> дії аналогічні).*

Виконується на основі вивчення матеріалів офіційного сайту:

- а) Інтернет-сайт ПриватБанку: <http://www.privatbank.ua/>
- б) Меню: «Інтернет-банк» ⇒ «Приват24» ⇒ «Для приватних клієнтів»

У процесі виконання цього завдання студент повинен відповісти на питання:

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

#### **Зміст звіту з практичної роботи №8**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного дослідження (Завдання 1-8) оформити у звіт.
3. Висновки .

## **Практична робота №9**

### **Методи забезпечення безпеки в е-комерції**

**Мета.** Ознайомитися з методами забезпечення безпеки в електронній комерції.

*Хід виконання практичної роботи*

#### **Завдання**

1. Дати письмові відповіді на контрольні питання та завдання.
  - 1) Що означає термін "безпека в електронній комерції"?
  - 2) Яким категоріям суб'єктів потрібно забезпечення інформаційної безпеки при електронній комерції ?
  - 3) Які методи можуть бути використані для організації захищеної системи електронної комерції ?
  - 4) Визначити, які види комп'ютерної злочинності можуть вплинути на сайт: державної установи, комерційної організації, приватної особи.
  
2. Запропонувати заходи по унеможливленню кіберзлочинності для:
  - 1) державної установи,
  - 2) комерційної організації,
  - 3) приватної особи.

#### **Зміст звіту з практичної роботи №9**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1).
3. Запропоновані заходи по унеможливленню кіберзлочинності (Завдання 2).

## Практична робота №10

### Форми Інтернет-аукціонів

**Мета.** Ознайомитися з організацією роботи Інтернет-аукціонів. Зробити їх порівняльний аналіз.

#### *Теоретичні відомості*

Потенційні покупці товару на онлайн-аукціонах зазвичай можуть отримувати максимум інформації про продавця і його товари. Учасниками аукціону можуть бути всі охочі, зазвичай незалежно від місця знаходження. Інша перевага онлайн-аукціонів: велика кількість товарів до продажу.

Однією з проблем звичних аукціонів — витрати на організацію та проведення. Аукціони в онлайні не вимагають особистої присутності учасників, що дозволяє значно знизити витрати учасників і збільшити їх кількість.

Рівень довіри між учасниками аукціону базується на таких факторах:

- система рейтингу, що будується зазвичай на відгуках;
- незалежна перевірка (верифікація) правдивості вказаних даних покупців і продавців;
- страхування покупок;
- проведення угод через рахунки типу «ескроу» (умовні документи, які набувають сили повної дії після виконання заздалегідь оговорених умов) щодо поставки продукції. Платежі надходять рахунки «ескроу» і переправляються продавцеві тільки після того, коли товар доставлено покупцеві;
- блокування продавців, що імітують попит на власну продукцію для підвищення інтересу;
- блокування покупців, які вже вигрвали аукціони, але не завершували угоду.

Для онлайн-аукціону придатні не всі товари.

Виділяють «англійський» і «голландський» *типи аукціонів*, а також аукціони без оголошення заявок.

#### **Англійський аукціон**

У цьому аукціоні ведучий називає запропоновану ціну поки не залишиться учасників, готових її підвищити останню оголошену заявку, у тому числі в онлайні.

#### **Голландський аукціон**

Первісна ціна встановлюється високою і через регулярні проміжки часу знижується. Перший учасник, що погоджується на поточну ціну, одержує стільки товарів за цією ціною, скільки захоче. Голландські аукціони використовуються для продажу і ціноутворення продуктів, які швидко псуються. Наприклад, квітів, молочних продуктів тощо.

#### **Аукціон без оголошення заявок**

Кожен продавець може зробити одну заявку і не знає, які заявки пропонують інші. Продавець відштовхується від цінових пропозицій, що очікуються від конкурентів. Але він не може виставити ціну нижче запланованого мінімуму (зазвичай це витрати на створення або закупівлю товару).



## *Хід виконання практичної роботи*

### **Завдання**

Ознайомитися з організацією роботи Інтернет-аукціонів, вказаних викладачем. Зробити їх порівняльний аналіз, використовуючи нижченаведені питання.

### **Виконання**

Послідовно зайдіть на сайти он-лайнних аукціонів (наприклад, український Інтернет-аукціон *Crafta.ua*, *СкайЛот (skylots.org)*, *newauction.com.ua*, *uaplatform.com.ua* та інші українські і міжнародні Інтернет-аукціони (напр. [www.ebay.com](http://www.ebay.com) тощо) за вашим вибором) і дайте письмово відповіді на запитання:

- 1) Чи діє на цих аукціонах система рейтингових оцінок покупців і продавців? Якщо так, то як вона працює?
- 2) Які механізми використовуються для надання інформації про лоти?
- 3) Якими шляхами (візуально, з допомогою текстового опису тощо) потенційні покупці можуть ознайомитися з товарами?
- 4) До якого типу належать обрані для дослідження аукціони?
- 5) Як можна стати покупцем і продавцем на інтернет-аукціоні?
- 6) Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти? Проведіть їх порівняльний аналіз.

### **Зміст звіту з практичної роботи №10**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу оформити у звіт.
3. Висновки.

## Практична робота №11

### Інформаційні послуги. Дистанційне навчання

**Мета.** Ознайомитися з організацією роботи систем дистанційної освіти. Зробити їх порівняльний аналіз.

#### *Довідковий матеріал*

#### **Перелік освітніх джерел та онлайн платформ**

1. Студія онлайн-освіти Educational Era <https://www.ed-era.com/>
2. iLearn (<https://ilearn.org.ua/>) – цікаве, безкоштовне і доступне 24/7 навчання: онлайн курси з основних предметів ЗНО, вебінари з найкращими репетиторами Києва, тести, подкасти, матеріали для самопідготовки .
3. Prometheus <https://prometheus.org.ua/> Онлайн курси України і світу із різних предметів та різноманітних напрямків для вчителів та учнів
4. Інтерактивні підручники Edera (математика, біологія, укр. мова, історія України, фізика, географія, біологія) <https://www.ed-era.com/books/>
5. Мультимедійні підручники КМ Медіа (з відео і можливістю читати на телефонах) <http://kmmedia.com.ua/books/>
6. Українська програма – каталог е-підручників, відео, аудіокниг для школи <http://ukrprog.com/>
7. Розумники – придбання (диски та скачування з сайту) ліцензійних МОН е-підручників (педагогічні програмні засоби, тести, лабораторні практикуми та інше) <http://rozumniki.net/>
8. Нова школа -навчальні диски для школярів (каталог ресурсів всіх предметів) <http://novashkola.com.ua/>
9. Електронні версії підручників <https://e-pidruchnyky.net/>

#### *Хід виконання практичної роботи*

#### Завдання 1

1. Послідовно зайдіть на 3-4 сайти українських вищих навчальних закладів і ознайомтесь, які з них вже впровадили в себе систему дистанційної освіти (е-навчання), наприклад <http://e-learning.kubg.edu.ua/>, <http://e-learning.lnu.edu.ua/>, <https://e-learn.uzhnu.edu.ua/> тощо.
2. Дослідите, які типи курсів пропонують ВУЗи і для яких категорій бажаючих.
3. Дайте письмово відповіді на запитання:
  - 1) Які дистанційні курси (з яких предметів) запропоновано в цих навчальних закладах на платній основі?
  - 2) Чи є на цих сайтах безплатні курси або курси для апробації?
  - 3) Зареєструйтесь на один з розшуканих апробаційних дистанційних курсів і з'ясуйте, чи зручно для користувача відбулася реєстрація.
  - 4) Які механізми для спілкування членів віртуальної групи запропоновано на сайтах?
  - 5) Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти, проведіть їх порівняльний аналіз?
  - 6) Чи є цей он-лайновий бізнес щодо надання платних педагогічних послуг відображенням оф-лайнового бізнесу? Аргументуйте свою думку.

## Завдання 2

Послідовно зайдіть на вибрані сайти 3-4 освітніх платформ (вибрати з довідкового матеріалу або інші)

Дайте письмово відповіді на запитання:

- 1) Які дистанційні курси (з яких предметів) запропоновано в цих навчальних закладах на платній основі?
- 2) Чи є на цих сайтах безплатні курси або курси для апробації?
- 3) Зареєструйтесь на один з розшуканих апробаційних дистанційних курсів і з'ясуйте, чи зручно для користувача відбулася реєстрація.
- 4) Які механізми для спілкування членів віртуальної групи запропоновано на сайтах?
- 5) Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти, проведіть їх порівняльний аналіз?
- 6) Чи є цей он-лайновий бізнес щодо надання платних педагогічних послуг відображенням оф-лайнового бізнесу? Аргументуйте свою думку.

## Зміст звіту з практичної роботи №11

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1).
3. Результати проведеного аналізу (Завдання 2).

\*\* додаткові ресурси:

<https://seмовsvita-pl.gov.ua/perelik-osvitnih-dzherel-ta-onlajn-platform-na-dopomogu-pedagogam-v-organizacii-distancijnogo-navchannya-16-01-37-30-03-2020/>

## Практична робота №12

### Корпоративні сайти і бізнес-портали.

**Мета.** Ознайомитися з організацією роботи корпоративних сайтів, бізнес-порталів. Зробити їх порівняльний аналіз.

*Хід виконання практичної роботи*

#### Завдання 1

1. Ознайомтеся з системою гіперпосилань корпоративного сайту українського банку Raiffeisen Online. (сайт банку Аваль <https://www.aval.ua/>)  
Скористайтеся мапою сайту для такого ознайомлення і дайте відповіді на подані нижче питання:
  - 1) Чи містить цей сайт графіки, поновлення яких відбувається в реальному часі?
  - 2) На які категорії користувачів Internet зорієнтована інформація сайту?
  - 3) За другорядними ознаками визначте, як часто оновлюється інформація сайту.
  - 4) Хто є технічним розробником сайту, чи має він на початковій сторінці логотип і координати розробника?
  
2. Скориставшись пошуковими серверами знайдіть інші корпоративні сайти — українських або міжнародних представництв компаній. Використайте мапу сайту для ознайомлення і дайте відповіді на подані нижче питання:
  - 1) Чи містить цей сайт графіки, поновлення яких відбувається в реальному часі?
  - 2) На які категорії користувачів Internet зорієнтована інформація сайту?
  - 3) За другорядними ознаками визначте, як часто оновлюється інформація сайту.
  - 4) Хто є технічним розробником сайту, чи має він на початковій сторінці логотип і координати розробника?
  
3. Порівняйте структуру, обсяг і напрям зорієнтованості на певну аудиторію досліджених корпоративних сайтів різних компаній.

#### Завдання 2.

Ознайомтеся з українськими бізнес-порталом (напр. <https://ukrbiz.info/ua/>, <https://uastar.net/> тощо) і дайте відповіді на питання:

1. Яка мета даного бізнес-порталу?
2. Які послуги надаються на цьому сайті?
3. Чи можна вважати даний сайт корпоративним сайтом? Обґрунтуйте відповідь.

#### Зміст звіту з практичної роботи №12

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу (Завдання 1) оформити у звіт, зробити висновки.
3. Результати проведеного аналізу (Завдання 2) оформити у звіт, зробити висновки.

## **Практична робота №13**

### **Візитні картки фірм.**

**Мета.** Ознайомитися з використанням електронних візитних карток фірм.

#### **Завдання**

1. Ознайомтеся з українським інформаційним сайтом закладів міст Києва, Львова, Одеси, Харкова (<https://cf.ua/catalog#>) і дайте відповіді на питання.
2. Перейдіть до каталогу закладів та виберіть одне місто з випадючого списку для дослідження.
3. Скористайтеся мапою сайту (напр. <https://lv.cf.ua/catalog>) для ознайомлення і дайте письмово відповіді на такі запитання:
  - 1) Чи є візитні картки на цьому сайті?
  - 2) Що є їх основною характеристикою?
  - 3) Чим відрізняється візитна картка одного з ресторанів від самого сайту ресторанів ?
  - 4) Чи можна вважати даний сайт корпоративним сайтом? Обґрунтуйте відповідь.

#### **Зміст звіту з практичної роботи №13**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу оформити у звіт.
3. Висновки .

**Практична робота №14**  
**Форми Інтернет-торгівлі та оцінка ефективності електронної комерції**

**Мета** : навчитись розраховувати ефективність електронної комерції.

*Хід виконання роботи:*

1. Розрахувати показники ефективності та вибрати оптимальний варіант використання Web-сервера, використовуючи дані таблиці 1.

Таблиця 1 – Початкові дані для визначення ефективності е- комерції

Показник	Одиниця виміру	Варіант ***									
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Загальна кількість відвідувачів сервера	Осіб	940	800	900	1000	950	850	970	1050	930	980
Відвідали візитну сторінку сервера	Разів	400	300	300	350	300	300	300	350	300	400
	Осіб	250	300	200	200	250	300	200	200	250	300
Відвідали сторінку-каталог	Разів	525	200	210	500	525	250	240	570	545	310
	Осіб	380	100	140	400	380	100	140	400	380	240
Відвідали сторінку з інформацією про додаткові послуги	Разів	600	250	200	500	600	350	270	530	620	200
	Осіб	300	200	200	200	300	200	200	200	300	200
Відвідали («клікнули») банер: • на візитній сторінці • на сторінці-каталозі • на інформаційній сторінці											
	Осіб	200	50	80	150	200	50	80	150	200	80
	Осіб	200	2	12	200	200	2	12	200	200	12
осіб	250	70	65	100	250	70	65	100	250	65	
Відвідувачі, що купили товар в інтернет-магазині	осіб	55	55	45	300	360	55	45	300	360	45
Загальна кількість відвідувань сервера	Разів	1600	1600	1450	3000	2010	1700	1550	3010	2080	1450
Відвідувачі, що потрапили на сервер завдяки використанню банера на іншому сервері	Осіб,% від п.1	10	10	8	12	15	10	8	12	15	8
Відвідувачі, що потрапили на сервер завдяки використанню гіперпосилання на пошуковому сервері	осіб	15	15	10	55	45	15	10	55	45	10
Відвідувачі, що потрапили на сервер за адресою серверу	Осіб, % від п.1	3	3	15	7	9	3	14	8	9	15

\*\*\*номер варіанта обрати за останньою цифрою номера студента у списку групи

2. Результати розрахунків оформити у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2 – Результати розрахунку показників ефективності електронної комерції

Розрахунковий показник ефективності	Методика розрахунку	Економічний зміст показника	Результати розрахунку
Ефективність застосування різних засобів входу на сервер	$E_z = K_z / Z_{KB}$	Визначається відношенням кількості відвідувачів, що скористались відповідним засобом входу на сервер до загальної кількості відвідувань	
Оцінка відвідувань сторінок сервера	$O_v = K_{vc} / Z_{KB}$	Визначається відношенням кількості відвідувань сторінки до загальної кількості відвідувань сервера за досліджуваний період	
Ефективність банерної реклами	$E_{br} = K_v / V_k$	Визначається відношенням кількості відвідувачів сторінки, де знаходиться інформаційний банер, до кількості відвідувачів, що «клікнули» на банер	
Ефективність трансформації відвідувачів у покупців	$E_t = K_p / Z_v$	Визначається відношенням кількості відвідувачів, що купили товар, до загальної кількості відвідувачів сервера	
Кількість повторних відвідувань сервера	$K_{повт} = Z_{KB} / Z_v$	Визначається відношенням загальної кількості відвідувань сервера за досліджуваний період, до загальної кількості відвідувачів сервера	

3. Зробити висновки: Який з показників оцінювання ефективності електронної комерції, на вашу думку, є найбільш оптимальним?

#### Зміст звіту з практичної роботи №14

1. Мета роботи.
2. Результати розрахунків (Таблиця 2) оформити у звіт.
3. Висновки (Завдання 3).

## **Практична робота №15**

### **Тенденції розвитку електронної комерції в Україні**

**Мета.** Ознайомитися з особливостями та перспективами розвитку електронної комерції в Україні. Проаналізувати сучасні тенденції її розвитку.

*Хід виконання роботи:*

Завдання

1. Ознайомитися з особливостями, перспективами та напрямками розвитку електронної комерції в Україні, використовуючи дані інтернет-джерел.
2. Навести статистичні дані про теперішній стан електронної комерції та проаналізувати отримані дані.
3. Результати досліджень оформити у звіт.

**Зміст звіту з практичної роботи №15**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу оформити у звіт.
3. Висновки.

## **Практична робота №16**

### **Тенденції розвитку світової електронної комерції**

**Мета.** Ознайомитися з особливостями та перспективами розвитку електронної комерції в світі. Проаналізувати сучасні тенденції її розвитку.

*Хід виконання роботи:*

Завдання

1. Ознайомитися з особливостями, перспективами та напрямками розвитку електронної комерції в світі, використовуючи дані інтернет-джерел.
2. Навести статистичні дані про теперішній стан електронної комерції в 3-х країнах світу (за вашим вибором) та проаналізувати отримані дані.
3. Результати досліджень оформити у звіт.

**Зміст звіту з практичної роботи №16**

1. Мета роботи.
2. Результати проведеного аналізу.
3. Висновки.



## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. (2012). Електронна комерція: навч. посібник. К.: КНЕУ. 326 с.
2. Дrajниця С.А. (2013). Електронна комерція: навч. посібник. Львів: Новий світ-2000. 184 с.
3. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. (2021) Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.
4. Інтернет-магазин: організація, оподаткування, облік (2009) / Під ред. Я. Кавторєва. – Х. : Фактор, 2009. – 128 с.
5. Макарова М.В. (2011) Системи електронної комерції: створення, просування, розвиток. Посібник для студентів ВНЗ.– К. :ПУЕТ, 2011. – 272 с.
6. Меджибовська Н. С. (2014) Електронна комерція. – К. : Центр навч. л-ри, 2014. – 384 с.
7. Тардаскіна Т.М. Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. (2011) Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Т19 Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
8. Правове регулювання електронної комерції. (2008) – Ірпінь : Нац. ун-т ДПСУ України, 2008. – 236 с.
9. Симоненко К. (2020). Топ-20 факторів, які будуть впливати на онлайн-торгівлю в 2020 році. RAU. URL: <https://rau.ua/ecommerceuk/top-20-faktoriv-onlajn-torgivlyu/> (дата звернення: 04.03.2021).
10. Царьов Р.Ю. (2010) Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Царьов Р.Ю. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с.
11. Шалева О. І. (2011) Електронна комерція: навч. посіб. : рекоменд. М-вом освіти і науки України для студ. вищ. навч. закл. / О. І. Шалева ; М-во освіти і науки України . – К. : Центр учб. л-ри, 2011 . – 216 с. — 978-611-01-0152-

### 7. Інформаційні ресурси

1. ЕНК «Інформаційні технології продаж» ID-4745. Сторінка навчальної дисципліни на сервері дистанційного навчання ТНТУ: <http://dl.tntu.edu.ua/login.php?course=4745> .
2. Наукові дослідження торгівлі на eBay - Журнал "Інформаційні технології. Аналітичні матеріали" ( <http://it.ridne.net/node/256>).
3. 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: 04.04.2021).
4. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22.05.2003 р. №852-IV.
5. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. №851-IV.
6. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 № 0957 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу :[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=0957&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=0957&skl=9).
7. Про платіжні системи та переказ грошей в Україні: Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).