

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет  
імені Івана Пулюя

Кафедра економічної кібернетики

Методичні вказівки

до виконання лабораторних робіт

з дисципліни

## **“Електронна комерція”**

для студентів денної форми навчання

спеціальності 7.03050201 “Економічна кібернетика”

Тернопіль 2015



Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни "Електронна комерція" для студентів денної форми навчання спеціальності 7.03050201 „Економічна кібернетика” / Укладач Ковальчик О.А. – Тернопіль, 2015. – 19 с.

Укладач: Ковальчик О.А., асистент

Рецензенти: Рогатинський Р.М., д.т.н., проф.

Навчально-методичні матеріали розглянуті і затверджені на засіданні кафедри економічної кібернетики.

Протокол № 2 від 21.09.2015

Схвалено і рекомендовано методичною комісією факультету економіки і підприємницької діяльності.

Протокол № 2 від 25.10.2015 року

## ЗМІСТ

Лабораторна робота № 1.....	4
Лабораторна робота № 2.....	8
Лабораторна робота № 3.....	9
Лабораторна робота № 4.....	11
Лабораторна робота № 5.....	15
Лабораторна робота № 6.....	17
Рекомендована література.....	18

## **Лабораторна робота № 1**

### **Форми Інтернет-торгівлі**

**Мета.** Ознайомитися з організацією роботи різних Інтернет-крамниць та зробити їх порівняльний аналіз. Опрацювати теоретичні й практичні питання створення Web-сайту комерційної рекламної агенції як елементу її інформаційного представництва в мережі.

**Для оформлення звіту:** Умови завдань і послідовність дій з їх виконання оформіть в окремому текстовому файлі **MSWord**, збережіть їх у папці **C:\Мои документи** у папці під своїм прізвищем з порядковим номером лабораторної роботи, наприклад **C:\Мои документи\Антохів\лаб 1.doc**.

#### **Хід лабораторної роботи**

##### **Завдання 1**

Ознайомитися з роботою українських і російських Інтернет -крамниць — Azbooka, Bambook , Megashop та інших.

##### Виконання

1. Послідовно зайдіть на сайти українських і російських Інтернет -крамниць — Azbooka (www.azbooka.com.ua), Bambook (www.bambook.com.ua), Megashop (www.megashop.ru), Dostavka (www.dostavka.ru) 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? Зробіть їх порівняльний аналіз.
9. Чи є цей он-лайновий бізнес відображенням оф-лайнового бізнесу?

##### **Завдання 2**

1. Опрацюйте теоретичні й практичні питання створення Web-сайту комерційної рекламної агенції як елементу її інформаційного представництва в мережі.
2. Підрахуйте загальну суму витрат і суму витрат по їх групах за кошторисом створення сайту та організації його роботи на основі нижче наведених у таблиці числових даних.

##### Виконання

**Вхідна інформація:** При створенні власного Web-сайту адміністрації та інформаційним співпрацівникам агенції потрібно вирішити дві проблеми: адміністративну і технічну.

Уявіть, що ви — співробітник рекламної агенції, якому доручено скласти таблицю можливих відповідей на запитання щодо вирішення адміністративної проблеми. Оберіть

один чи декілька з варіантів, що пропонуються в таблиці 5, або письмово опишіть власні шляхи вирішення.

Вирішення технічної проблеми полягає в придбанні і модернізації апаратних і програмних засобів для роботи щодо наповнення сайту інформацією.

Рекомендація: схема створення сайту і організації його роботи:

— зареєструвати свій домен другого рівня і підтримувати його, уклавши договір зі сторонньою організацією;

— процес створення і наповнення сайту поділити на два етапи: всі вхідні матеріали (текст, графіку, структуру сайту) повинні підготувати інформаційні співробітники агенції спільно з адміністрацією; розробку дизайну сайту, конкретну реалізацію і розміщення в мережі краще доручити спеціалізованій фірмі.

Підрахуйте загальну суму витрат і суму витрат по їх групах за кошторисом створення сайту та організації його роботи на основі наведених у таблиці 6 числових даних.

*Таблиця 1*

### Опитування щодо вирішення організаційних питань зі створення сайту фірми

Питання	Можливі відповіді
1. Визначте, хто буде займатися підтримкою сайту агенції.	Web -майстер — співробітник агенції на основній посаді
	Системний адміністратор — співробітник агенції — ці функції буде суміщати з основними
	Web-майстер або системний адміністратор — співробітники агенції за сумісництвом
	Співробітник спеціалізованої Web-дизайнерської фірми за договором з рекламною агенцією
	Інше (опишіть самостійно)
2. Яке коло обов'язків цього співробітника?	Розробити контент (інформаційний вміст) сайту
	Розробити дизайн сайту
	Сформувати сайт у вигляді сукупності Web-сторінок на мові гіпертекстової розмітки HTML з використанням мови програмування Java.
	Змінювати у разі потреби структуру розділів сайту, систематично оновлювати його контент
	Підтримувати зв'язки з клієнтами агенції через E-mail, Chat, займатися оновленням бази даних клієнтів агенції, різновидів її послуг
	Інше (опишіть самостійно)
3. Визначте, яку інформацію про агенцію слід розташувати в мережі.	Загальні відомості про фірму, історію її створення, № ліцензії
	Кадровий склад агенції
	Адресу, телефони, факс, E-mail агенції
	Особисті телефони і E-mail співробітників агенції
	Банківські реквізити фірми
	Інформацію про послуги фірми
	Детальну цінову інформацію про послуги
	Загальну цінову інформацію про послуги агенції, відомості про можливість запиту про додаткові послуги агенції і ціни на них
Інше (опишіть самостійно)	

4. Визначте, присутність якої інформації про агенцію в мережі небажана.	Загальних відомостей про фірму, історії її створення, № ліцензії
	Адреси, телефонів, факсу, E-mailагенції
	Кадрового складу агенції
	Банківських реквізитів фірми
	Особистих телефонів і E-mailспівробітників агенції
	Детальної цінової інформації про послуги
	Інформації про послуги фірми
	Загальної цінової інформації про послуги агенції, відомостей про можливість запиту про додаткові послуги агенції і ціни на них
	Інше (опишіть самостійно)
5. Сформуйте структуру сайту: опишіть перелік необхідних, з вашої точки зору, розділів (частин) сайту.	Варіант дії опишіть самостійно
6. Вирішіть, як забезпечити «розкручування» сайту агенції.	Розташуйте інформацію про відкриття сайту у декількох відповідних телеконференціях і списках розсилки (про рекламу і маркетинг)
	Надішліть усім клієнтам агенції електронні й письмові листи про відкриття Web-сайту-агенції
	Надішліть усім можливим потенційним користувачам рекламних послуг у вашому регіоні електронні повідомлення за загальнодоступними адресами ел. пошти
	Розташуйте інформацію про відкриття сайту в усіх регіональних телеконференціях
	Розташуйте інформацію про відкриття сайту в усіх можливих комерційних телеконференціях Internet
	Неодноразово надсилайте рекламні ел.повідомлення усім можливим потенційним користувачам ваших послуг у регіоні у вигляді спаму
	Розташуйте у тегах початкової сторінки сайту агенції ключові слова, за якими пошукові системи Internet швидко будуть знаходити ваш сайт за запитами користувачів
	Інше (опишіть самостійно)
	7. Вирішіть, як організаційно проводити розробку сайту.
	Скористатися послугами якої-небудь Web-дизайнерської фірми
	Інше (опишіть самостійно)
8. Вирішіть питання щодо домену.	Мати свій домен другого рівня в мережі Internet
	Скористатися місцем (можливо безкоштовним) на іншому домені (наприклад, на сервері провайдера)
	Інше (опишіть самостійно)

**Кошторис створення Web-сайту рекламної агенції і організації його роботи<sup>1\*</sup>**

<sup>1\*</sup> Надалі вартісне обґрунтування наводиться для власного серверу фірми з власним доменом (адресою мережі).

Статті видатків	Сума, у. о.
<b>1. Придбання комп'ютерного і мережевого обладнання</b>	
Персональний комп'ютер PentiumIV-833/128 МБ /HВВ 20Gb для використання як серверу	950
Модем Zuxel 336E	160
Сканер кольоровий Mustec	230
<b>2. Витрати на формування, наповнення і супровід Web-сайту рекламної агенції</b>	
Розробка дизайн-макету сайту (кольорова гама, основні елементи навігації, форматування тексту контенту, розміщення стандартних елементів)	200
Створення мапи сайту, визначення стандартних навігаційних маршрутів	100
Формування контенту (вмісту) сайту	200
Створення дизайну шаблонів для усіх розділів сайту	150
Програмування динамічних модулів генерації сайту для кінцевого користувача	200
Закрите тестування і налагодження роботи сайту	100
Офіційне розташування сайту в мережі. виправлення недоліків і внесення нових функцій під час робочої експлуатації сайту	55
<b>3. Придбання програмного забезпечення</b>	
Придбання умовно-безкоштовного і ліцензійного програмного забезпечення для створення і підтримки Web-сайту агенції (програмного забезпечення Web-серверу, Web-редакторів, програм для обробки графічних зображень тощо)	150
<b>4. Витрати на роботу в мережі Internet</b>	
Організація лінії зв'язку, що комутується	160
Оплата лінії зв'язку, що комутується (30 грн.*12 міс.)	?
Оплата Internet у режимі on-line(20 у. о. за місяць*12 міс.)	?
<b>5. Витрати на витратні матеріали</b>	
Папір А4, 500 аркушів	120
Дискети (50 одиниць)	15
Загалом:	?

**Контрольні запитання до лабораторної роботи № 1.**

1. Що таке інтернет-торгівля?
2. Що таке кошик товарів покупця?
3. Як потенційні покупці можуть ознайомитися з товарами (послугами) в інтернет-крамниці?
4. Чи існує в Internet-крамницях система знижок на товари?
5. Які системи доставки товарів в інтернет-крамницях пропонуються покупцям?



## Лабораторна робота № 2

### Реклама і маркетинг у глобальній мережі

**Мета.** Навчитися приймати участь у роботі форумів з питань електронної комерції і електронного бізнесу, з питань телероботи, підписуватися на розсилки даної тематики.

**Для оформлення звіту:** Умови завдань і послідовність дій з їх виконання оформіть в окремому текстовому файлі **MSWord**, збережіть їх у папці **С:\Мои документи** у папці під своїм прізвищем з порядковим номером лабораторної роботи, наприклад **С:\Мои документи\Антохів\лаб 2.doc**.

#### Хід лабораторної роботи

##### Завдання 1

1. Оформіть підписку на розсилки про електронну комерцію на свою особисту електронну адресу.
2. Візьміть участь у роботі форуму з питань електронної комерції і електронного бізнесу.

##### Виконання

1. Зайдіть на свою особисту електронну адресу
2. Оформіть підписку на розсилки про електронну комерцію на свою особисту електронну адресу. З'ясуйте, які саме відомості про електронну комерцію надходять за цими розсиланнями: регіональні (українські), міжнародні, теоретичні, з досвіду розвитку Е-комерції тощо. *Занотуйте це в звіт.*
3. Візьміть участь у роботі форуму з питань електронної комерції і бізнесу за адресою: **www.ukrbusiness.com.ua**
4. Простежте за дискусією (у вигляді обміну електронними повідомлення за принципом «усі-усім»). На запитання, яке вас зацікавило, висловіть свою точку зору. З'ясуйте, який відгук матиме ваше повідомлення. *Занотуйте це в звіт.*

##### Завдання 2

1. Візьміть участь у роботі форуму з питань телероботи.

##### Виконання

1. Візьміть участь у роботі форуму з питань телероботи (віддаленої роботи з допомогою Internet) за адресою: **telework.report.ua**
2. Простежте за дискусією. З'ясуйте, які саме категорії спеціальностей користуються підвищеним попитом у роботодавців, які — найменшим. Спробуйте знайти телероботу за вашим фахом, склавши і залишивши резюме на декількох сайтах з питань працевлаштування.
3. Проведіть аналіз такого пошуку. *Занотуйте це в звіт.*

#### Контрольні запитання до лабораторних робіт № 2.

1. Які переваги і недоліки web-пошти порівняно з e-mail?
2. Як можна створити поштову скриньку в Інтернет?
3. Що таке форум і для чого він призначений?
4. Як надіслати повідомлення на форум?
5. Що таке чат і для чого він призначений?
6. Як можна підписатись на новини серверу?
7. Як знайти телероботу за вашим фахом?

## Лабораторна робота № 3

### Системи платежів для електронної комерції

**Мета.** Ознайомитись з платіжними системами в Інтернеті.

**Для оформлення звіту:** Умови завдань і послідовність дій з їх виконання оформіть в окремому текстовому файлі **MSWord**, збережіть їх у папці **C:\Мои документи** у папці під своїм прізвищем з порядковим номером лабораторної роботи, наприклад **C:\Мои документи\Антохів\лаб 3.doc**.

#### Хід лабораторної роботи

##### Завдання 1

1. Провести порівняльний аналіз запропонованих викладачем платіжних систем в Інтернеті.

##### Виконання

1. Послідовно зайдіть на сайти платіжних систем WebMoneyTransfer ([www.webmoney.com.ua](http://www.webmoney.com.ua)), CyberPlat ([www.cyberplat.ru](http://www.cyberplat.ru)), PayCash ([imoney.com.ua](http://imoney.com.ua)). Проведіть їх порівняльний аналіз за переліком питань з таблиці 1, дайте на них письмові відповіді у таблиці.

*Таблиця 1* **Порівняльний аналіз платіжних Internet-систем (ПС)**

Питання	Електронні платіжні системи		
	WebMoneyTransfer	CyberPlat	PayCash
1. Які установи в on-line є організаторами створення цих платіжних систем?			
2. До якого типу електронних ПС їх можна віднести — дебетових чи кредитних?			
3. Які схеми електронних платежів пропонуються користувачам на цих сайтах			
4. Як саме можна стати користувачем цих ПС?			
5. Чи надають ці ПС можливість створення і підтримки Internet-крамниці?			
6. Як вирішуються на цих сайтах питання захисту комерційної і особистої інформації при її передаванні мережею?			
7. Чи можна використовувати у цих ПС електронний цифровий підпис для автентифікації користувачів?			
8. Чи є регіональні обмеження на використання цих ПС?			
9. Чи мають сайти цих ПС деморежим роботи, з допомогою якого користувач Internet; може ознайомитися з їх роботою?			
10. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти? Проведіть їх порівняльний аналіз.			

12. Як можна придбати програмне забезпечення для користування цими електронними ПС і створення Internet-крамниць, користування послугами Internet-банкінгу (якщо система надає таку послугу)?			
---	--	--	--

2. Знайдіть з допомогою пошукових серверів [meta-ukraine.com](http://meta-ukraine.com), [www.google.com](http://www.google.com), [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) тощо за запитом «система електронних платежів» або подібним до нього інші платіжні українсько- чи російськомовні платіжні системи і проведіть їх аналіз за переліком питань завдання 1 з таблиці 1.
3. Створити власний гаманець на одній з платіжних систем за вашим вибором. Послідовність виконання дій описати у звіті.

### **Контрольні запитання до лабораторних робіт № 3.**

1. Які схеми електронних платежів пропонуються користувачам на різних сайтах платіжних систем?
2. Як саме можна стати користувачем ПС?
3. Як вирішуються на сайтах ПС питання захисту комерційної і особистої інформації при її передаванні мережею?
4. Чи є регіональні обмеження на використання ПС?
5. Чи можна використовувати у ПС електронний цифровий підпис для автентифікації користувачів?
6. Як можна придбати програмне забезпечення для користування електронними ПС і створення Internet-крамниць?
7. Як можна придбати програмне забезпечення для користування цими електронними ПС і користування послугами Internet-банкінгу ?

## Лабораторна робота № 4

### Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії

**Мета.** Ознайомитись з проведенням розрахунків організації територіально розподіленої корпоративної мережі установи на базі Extranet-технології. Провести порівняльний аналіз витрат на програмне забезпечення при використанні Intranet-технології технології клієнт-сервер.

**Для оформлення звіту:** Умови завдань і послідовність дій з їх виконання оформіть в окремому текстовому файлі **MSWord**, збережіть їх у папці **C:\Мои документи** у папці під своїм прізвищем з порядковим номером лабораторної роботи, наприклад **C:\Мои документи\Антохів\лаб 4.doc**.

#### Хід лабораторної роботи

**Завдання 1.** Розгляньте розгорнуте економічне обґрунтування організації територіально розподіленої корпоративної мережі установи на базі Extranet-технології і проведіть остаточні розрахунки за ним, спираючись на вхідні дані.

**Вхідні дані:** Місцевий Internet-провайдер у певній області України надає своїм клієнтам послуги з передавання інформації за протоколом FrameRelay для об'єднання філій установ клієнтів у корпоративні мережі (Extranet). Для побудови корпоративних мереж використовується сучасне обладнання фірми Nortel і високонадійні оптоволоконні транспортні магістралі, що дає змогу підключати цифрові канали на швидкостях від 64 Кбіт/с до 2 Мбіт/с. Місцевий провайдер має партнерів і представництва в районах області, що зумовить за потреби розвиток корпоративної мережі замовника і в цих регіонах. (Економічне обґрунтування варіантів, що пропонуються для реалізації цих послуг, подане нижче.)

#### Виконання

В основу пропозиції зі створення корпоративної мережі певної установи в області покладено такі принципові моменти:

— зважаючи на рівень і тенденції розвитку комунікацій зв'язку в області, мережа повинна будуватися зарадіальним принципом з одним вузлом у головному офісі установи в обласному центрі;

— у проекті повинна бути закладена можливість поступового переходу від використання асинхронних каналів зв'язку на цифрові в тих районах, у які можлива відносно дешева подача цифрових каналів. Кількість таких районів з кожним роком збільшується;

— одноразові витрати на створення системи повинні максимально враховувати наявне обладнання; додаткові витрати мають бути економічно виправдані для стабільної роботи Extranet-мережі.

Для організації майбутньої корпоративної Extranet-мережі пропонується використовувати два маршрутизатори Cisco-3640 і Cisco-2511, що дасть змогу комплексно вирішити проблему об'єднання в одній мережі цифрових і аналогових каналів.

Терміни реалізації етапів проекту:

- канал 256 /64 Кбіт/с FrameRelay *обласний центр — районний центр* — до 30 календарних днів з часу оплати одноразових витрат на підключення;
- цифрові канали по області — до 90 днів з часу оплати одноразових витрат на підключення;
- аналогові телефонні канали по області — повинні бути замовлені в операторів, які мають розгалужену систему зв'язку по області («Укртелеком», «Інфоком» та ін.).

Розширення цифрових каналів для філій установи з високим пріоритетом може проводитися без додаткових одноразових витрат протягом 30 календарних днів. Поточні витрати, як правило, при цьому будуть зростати пропорційно збільшенню швидкості передавання даних за протоколом FrameRelay (вхідні дані для економічного обґрунтування етапів проекту наведені нижче). Спираючись на них, виконайте остаточні розрахунки вартості створення корпоративної Extranet-мережі установи:

Етап 1: Організація каналу *обласний центр — районний центр* пропускнуою спроможністю 256/64 Кбіт/с.

Одноразові витрати:

- встановлення порту в обласному центрі — 700 у.о.;
- встановлення порту в районному центрі — 700 у.о.;
- встановлення цифрового місцевого протягу по обласному центру — 600 у. о.;
- встановлення цифрового місцевого протягу по районному центру — 600 у. о.

Разом одноразових витрат — ? у. о.

Щоб забезпечити органічне включення даного каналу до комплексного проекту корпоративної мережі, необхідно здійснити додаткові одноразові витрати в сумі 700 у. о..

В умовах комплексного проекту сума одноразових витрат становитиме ? у. о.

Поточні щомісячні витрати:

- порт в обласному центрі — 0 у. о.;
- порт в районному центрі — 0 у. о.;
- щомісяця за канал 256/64 Кбіт/с — 345 у. о.;
- оплата каналу цифрового місцевого протягу по обласному центру — 250 у. о.;
- оплата цифрового місцевого протягу по районному центру — 250 у. о..

Разом щомісячних витрат — ? у. о.

Етап 2:

— Організація бездротового каналу 64 Кбіт/с до районної філії установи на основі технології RadioEthernet(радіоканал). Може здійснюватися водночас з етапом 1.

— Одноразові витрати: 1600 у. о.

— Поточні щомісячні витрати: 130 у. о.

— Організація цифрових відокремлених каналів пропускнуою спроможністю 64 Кбіт/с з обласного центру до 5 філій установи у різних районних центрах: для того щоб забезпечити взаємозв'язок усіх цифрових каналів з районів у комплексному проекті корпоративної мережі, необхідно здійснити додаткові одноразові витрати в сумі 2600 у. о. При цьому одноразові витрати на організацію каналів на один район становитимуть 2000 у. о. (без урахування вартості організації «останньої милі» — лінії зв'язку від районного представника провайдера до філії корпоративного клієнта).

Вартість організації «останньої милі» в кожному районному центрі визначається індивідуально, виходячи з місцевих умов (місцезнаходження кінцевих пунктів, наявності і можливості організації дротових або бездротових каналів зв'язку). У тих районах, де при організації «останньої милі» є можливість подати її наземними каналами, одноразові витрати по «останній милі» становитимуть 600 у. о.

Якщо в якомусь районі немає можливості організації «останньої милі» наземними каналами, то можна організувати цифровий бездротовий канал районний центр 1 — районний центр 2 64 Кбіт/с на основі технології RadioEthernet (радіоканал). У цьому випадку одноразові витрати на обладнання по районному центру 2 становитимуть 1200 у. о., але потрібні додаткові витрати по районному центру 1 в сумі 1600 у. о.. Розміщення обладнання на цю суму в районному центрі 1 дасть змогу при необхідності на наступному етапі організувати цифрові канали в районних центрах 3 і 4. Одноразові витрати по них будуть дорівнювати аналогічним витратам по районному центру 1.

Отже, загальні одноразові витрати на два етапи проекту становитимуть:

? у. о. плюс ? у. о. на кожний район при можливості організації «останньої милі» наземними каналами або плюс ? у. о. для кожного району при організації каналів за технологією RadioEthernet (радіоканал).

Поточні щомісячні витрати на канали: 320 у. о. за кожні 100 км від обласного центру до місцезнаходження філії установи в районному центрі.

Обслуговування «останньої милі» доцільно здійснювати власними силами співробітників районних філій установ, для яких створюється корпоративна мережа, що може істотно знизити розмір щомісячних експлуатаційних витрат. При обслуговуванні «останньої милі» в районах обласним Internet-провайдером поточні витрати становитимуть 100 у. о. за один район. Орієнтовні щомісячні поточні витрати по 4 районах - 1300 у. о., при обслуговуванні «останньої милі» - 1700 у. о.

Отже, одноразові витрати на організацію всіх цифрових каналів у межах комплексного проекту становитимуть - ? у. о. Поточні щомісячні витрати - ? у. о.

**Завдання 2.** Проведіть порівняльний аналіз витрат на програмне забезпечення при використанні Intranet-технології і технології клієнт-сервер (на прикладі локальної мережі на 25 робочих місць), спираючись на такі дані у таблицях 1—4.

Таблиця 1

**Витрати на серверне програмне забезпечення за технологією клієнт-сервер**

<i>Назва програмного забезпечення</i>	<i>Вартість, у. о.</i>	<i>Кількість</i>	<i>Сума</i>
MS BackOffice (на 50 клієнтів)	4153	1	?
Серверна частина клієнтської програми (наприклад, автоматизації комори)	500	1	?
Загальна сума			?

Таблиця 2

**Витрати на клієнтське програмне забезпечення за технологією клієнт-сервер**

<i>Назва програмного забезпечення</i>	<i>Вартість, у. о.</i>	<i>Кількість</i>	<i>Сума</i>
MS Windows ME RU	77	50	?
Клієнтська програма (наприклад, автоматизації комори)	35	50	?
MS Office 2000 Professional RU	167	50	?
Загальна сума			?

Отже, загальні витрати становитимуть:

\_\_\_\_\_ у. о. + \_\_\_\_\_ у. о. = \_\_\_\_\_ у. о.,

а витрати з розрахунку на робоче місце:

\_\_\_\_\_ у. о./\_\_\_\_\_ = у.о.

Таблиця 3

**Витрати на серверне програмне забезпечення за Intranet-технологією**

<i>Назва програмного забезпечення</i>	<i>Вартість, у. о.</i>	<i>Кількість</i>	<i>Примітка</i>	<i>Сума</i>
MS BackOffice (на 50 клієнтів)	4153	1		?
Internet Information Server	0	1	Постачається разом з операційною системою	0
Front Page 2000	98	1		?
MS Office 2000 Professional RU	178	1		?
Загальна сума				?

**Витрати на клієнтське програмне забезпечення за Intranet-технологією**

<i>Назва програмного забезпечення</i>	<i>Вартість, у. о.</i>	<i>Кількість</i>	<i>Примітка</i>	<i>Сума</i>
MS Windows ME RU	77	50		?
Програма-браузер MS Internet Explorer	0	50	Постачається разом з операційною системою	0
Клієнтські програми: FTP, Gopher	0	50	Постачається з TCP/IP безкоштовно з Internet	0
Додаткові програми-переглядачі різноманітних вебсторінок	0	50	Безкоштовно з Internet	0
Загальна сума				?

Отже, загальні витрати становитимуть:

\_\_\_\_\_ у. о. + \_\_\_\_\_ у. о. = \_\_\_\_\_ у. о.,

а витрати з розрахунку на робоче місце:

\_\_\_\_\_ у. о. / \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_ у. о.

**Завдання 3**

Зробіть висновки щодо співвідношення витрат на програмне забезпечення локальної мережі установи за різними технологіями.

**Контрольні запитання до лабораторної роботи № 4.**

1. Охарактеризуйте спільні та відмінні риси Internet та Intranet.
2. Чим зумовлена відсутність у більшості фірм стрункої системи роботи з інформацією?
3. Охарактеризуйте переваги Intranet-технології побудови корпоративної мережі установи, пов'язані з економічними аспектами її діяльності.
4. У чому полягає інтеграційний і «каталітичний» характер Intranet-технології?
5. Які найкращі якості інформаційних централізованих систем і традиційних систем клієнт-сервер поєднали в собі системи нової Intranet-архітектури?
6. Охарактеризуйте чинники, які стримують впровадження Intranet у національних компаніях.
7. Охарактеризуйте різновиди ймовірних загроз безпеці інформації в мережі.
8. Які головні вимоги до здійснення комерційних операцій в Internet? У чому відмінність між автентифікацією й ідентифікацією користувача?
9. Які саме послуги забезпечують криптографічні технології для учасників електронної комерції?
10. Яке призначення криптографічного алгоритму?
11. Криптографічний алгоритм з відкритим і таємним ключем. У чому сутність найдавнішої схеми шифрування з використанням ключа?
12. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів.
13. Стандарти захисту сполучень і програм в Internet.

## Лабораторна робота № 5

### Візитні картки фірм. Корпоративні сайти і бізнес-портали. Інтернет-аукціони

**Мета.** Ознайомитися з організацією корпоративних сайтів, бізнес-порталів і візитними картками фірм. Зробити їх порівняльний аналіз.

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

**Для оформлення звіту:** Умови завдань і послідовність дій з їх виконання оформіть в окремому текстовому файлі **MSWord**, збережіть їх у папці **С:\Мои документи** у папці під своїм прізвищем з порядковим номером лабораторної роботи, наприклад **С:\Мои документи\Антохів\лаб 5.doc**.

#### Хід лабораторної роботи

##### Завдання 1

1. Ознайомтеся з українським інформаційним сайтом ресторанів міста Києва Chicken-Kiev ([www.chicken.kiev.ua](http://www.chicken.kiev.ua)) і дайте відповіді на питання.
2. Ознайомтеся з системою гіперпосилань корпоративного сайту українського „Приватбанку” ([www.privatbank.com.ua](http://www.privatbank.com.ua)).

##### Виконання

Скористайтеся мапою сайту 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 міста Києва?
4. Чи можна вважати сайт ресторанів м.Києва Chicken-Kiev ([www.chickenkiev.com.ua](http://www.chickenkiev.com.ua)) корпоративним сайтом? Обґрунтуйте відповідь.

##### Виконання

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 допомогою яких ознак визначте, як часто оновлюється інформація сайту.
4. Хто є технічним розробником сайту, чи має він на початковій сторінці логотип і координати розробника?
5. Порівняйте структуру, обсяг і напрям зорієнтованості на певну аудиторію цього сайту з корпоративним сайтом іншої компанії.
6. Скориставшись пошуковими серверами знайдіть інші корпоративні сайти — українських або міжнародних представництв компаній. Дайте відповіді на запитання завдання 5 з цього завдання стосовно цих сайтів.



## **Завдання 2**

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

### Виконання

1. Послідовно зайдіть на сайти он-лайнних аукціонів «Аукро» ([www.aukro.ua](http://www.aukro.ua)), ([www.sotbidplus.com](http://www.sotbidplus.com)), український Інтернет-аукціон Лоток ([www.lotok.com.ua](http://www.lotok.com.ua)) та інші і дайте письмово відповіді на запитання:

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

### **Контрольні запитання до лабораторної роботи № 5.**

1. Що таке Internet-аукціон?
2. Як відбувається спілкування продавця і покупців товару на Internet-аукціоні?
3. Охарактеризуйте дію системи рейтингових оцінок учасниківторгів на Internet-аукціоні.
4. Які можливості надають користувачам он-лайнні аукціони?

## Лабораторна робота № 6

### Тенденції розвитку електронної комерції

**Мета.** Ознайомитися з основними тенденціями розвитку електронної комерції по окремих галузях національної економіки.

**Для оформлення звіту:** Умови завдань і послідовність дій з їх виконання оформіть в окремому текстовому файлі **MSWord**, збережіть їх у папці **С:\Мои документи** у папці під своїм прізвищем з порядковим номером лабораторної роботи, наприклад **С:\Мои документи\Антохів\лаб 6.doc**.

### Хід лабораторної роботи

#### Завдання 1

Ознайомитися з основними тенденціями розвитку електронної комерції по окремих галузях національної економіки (туризм, ринок робочих місць, нерухомість, освіта)..

#### Виконання

1. Самостійно провести пошук інформації в інтернеті по заданій викладачем тематиці і провести аналіз тенденцій розвитку електронної комерції по даній галузі національної економіки.
2. Оформити знайдену інформацію в звіт і здати викладачу.

#### **Контрольні запитання до лабораторної роботи № 6.**

1. Охарактеризуйте причини недостатнього рівня розвитку електронної комерції в Україні.
2. Які чинники впливають на національні особливості розвитку Е-комерції?
3. Які функції Internet-інкубаторів? Чим корисні Internet-інкубатори авторам проектів, мереженим підприємцям, інвесторам?
4. Чому українські компанії повинні нині приділяти увагу розвитку власних Internet-проектів?

## Рекомендована література

### Базова:

1. Макарова М.В. Електронна комерція. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.:Видавничий центр "Академія", 2002. - 272 с.
2. Плєскач В.Л. Технології електронного бізнесу. - К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2004. - 223 с.
3. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція. Підручник. - К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2002. - 443 с.
4. Міщенко В.І., Шаповалов А.В., Юрчук Г.В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг. Практичний посібник. - К.: Знання, КОО, 2003. - 278 с.

### Допоміжна:

5. Юрасов А.В. Электронная коммерция. Учебное пособие. - М.:Дело, 2003. - 480 с.
6. Костяев Р.А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование. - СПб: БХВ-Петербург, 2002. - 656 с.
7. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. - СПб:Питер, 2001. - 432 с.
8. Киселев Ю.Н. Электронная коммерция: практическое руководство. - СПб: ООО "ДиаСофтЮП", 2001. - 204 с.
9. Біленчук П.Д., Романюк Б.В., Цимбалюк В.С. та ін. Комп'ютерна злочинність. Навчальний посібник. - К.:Атіка, 2002. - 240 с.
10. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах». / Відомості Верховної Ради, №31/ 1994, с. 286.
11. Закон України "Про електронні документи та електронний документообіг", травень 2003 р
12. Закон України "Про електронний цифровий підпис", травень 2003 р.
13. Періодична преса: газети „Відомості Верховної Ради”, "Діло", "Галицькі контракти", "Урядовий кур'єр", "Фінансова Україна", журнал „Бизнес” тощо.

### Інформаційні ресурси

14. ЕНК "Електронна комерція" на порталі ННІ Бізнесу (<http://business.nauu.kiev.ua/course/view.php?id=3>).

15. Наукові дослідження торгівлі на eBay - Журнал "Інформаційні технології. Аналітичні матеріали" - 17/02/2007 ( <http://it.ridne.net/node/256>).
16. Пошукова система Google (<http://www.google.com> )
17. Пошукова система Яндекс(<http://www.yandex.ru>) .
18. ПриватБанк (<http://www.privatbank.ua>) .
19. WebMoney Transfer ([www.webmoney.ru](http://www.webmoney.ru)).
20. UkrMoney (<http://www.ukrmoney.com.ua>).
21. Яндекс. Деньги (<http://money.yandex.ru>).
22. Інтернет. Гроші (<http://www.imoney.com.ua>).
23. Міжбанківська система електронної доставки і оплати рахунків "ПОРТМОНЕ" (<http://www.portmone.com.ua>).
24. Національна система масових електронних платежів НСМЕП (<http://ansmer.com.ua>).
25. Лабораторія Касперського (<http://www.kaspersky.ru>)
26. Міжнародний валютний ринок FOREX (<http://www.x-trade.com.ua> )
27. Ecommerce PHP shopping cart software Shop-Script FREE(<http://www.script-shop.com.ua>).
28. Набір Web-Разработчика Денвер (<http://www.denwer.ru>).