**АВТОРСЬКА ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ**

**«МЕРЕЖЕВА ЕКОНОМІКА»**

(Спеціальність 051 «Економіка», спеціалізація «Бізнес-економіка»)

**Програма розроблена**

Скляренко Артемом Олексійовичем,

асистентом кафедри економіки

та міжнародних економічних відносин

Програма вивчення навчальної дисципліни складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки **бакалавра** спеціальності

**Предметом вивчення навчальної дисципліни** є методологічні й методичні інструменти побудови та дослідження систем мережевої економіки для підвищення ефективності функціонування економічних систем в сучасних умовах розвитку ринкового середовища.

**Міждисциплінарні звязки:** дисципліна «**Мережева економіка**» взаємопов’язана з такими дисциплінами як «Менеджмент», «Гроші, фінанси та кредит», «Інформаційні системи та технології», «Міжнародна інвестиційна діяльність», «Підприємницьке право».

**Програма навчальної дисципліни складається з одного змістовного модуля.**

1. **Мета та завдання навчальної дисципліни**

1.1. Метою викладання дисципліни є формування комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо ефективного здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів, оволодіння методами та технологіями електронної комерції, що використовуються у сучасному бізнесі.

1.2.Основними завданнями вивчення дисципліни **«Мережева економіка» є:**

* розуміння основних понять і категорій електронної комерції;
* оволодіння навичками користування міжнародними і українськими електронними платіжними системами;
* придбання досвіду застосування механізмів безпеки систем електронної комерції;
* оволодіння навичками користування новими технологіями електронної торгівлі;
* одержання досвіду створення віртуальних підприємств;

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні **мати компетентності:**

**-** Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

- Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач;

- Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

- Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники;

- Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні

1.4. Очікуванні результати навчання:

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен засвоїти методи та технології здійснення ділових операцій та бізнес-угод з використанням сучасних електронних засобів; самостійно використовувати існуючі платіжні системи для здійснення Інтернет-платежів; самостійно вибирати і застосовувати програмне забезпечення, призначене для захисту інформації в корпоративних мережах та мережі Інтернет; самостійно використовувати електронні засоби для ефективного здійснення маркетингових заходів; самостійно створювати і підтримувати функціонування торговельних структур на базі мережі Інтернет.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 годин / 4 кредити ECTS

**2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни**

**Модуль №1 «Мережева економіка».**

**Тема 1. Основні поняття електронної комерції.**

Порівняльний аналіз традиційної комерції бізнесу з електронною. Визначення мережевої економіки, характеристика та аналіз. Аналiз та характеристика бізнес-операцій та операцій, в яких використовується мережева економіка. Типи мережевої економіки. Категорії мережевої економіки. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні мережевої економіки. Різновидності послуг. Аналіз, роль та місце мережевої економіки у сучасному бізнесі. Сфери застосування мережевої економіки. Можливості мережевої економіки. Нові можливості. Переваги мережевої економіки.

**Тема 2. Платіжні та фінансові системи Інтернет.**

Пересилка комерційної інформації в Інтернет. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація. Платіжні системи на основі кредитних карток. Учасники платіжної системи. Міжнародні і українські платіжні системи, що використовують кредитні картки. Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротрансакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків. Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет. Системи управління інвестиціями через Інтернет. Інтернет-трейдинг, його типи (робота з цінними паперами, торгів­ля валютою на ринку FOREX) та основні функціональні можливості систем. Організація електронного способу страхування в системах Інтернет-страхування.

**Тема 3. Безпека і захист інформації при мережевій економіці**.

Огляд систем захисту інформації в Інтернеті. Методи захисту інформації (законодавчі, адміністративні, процедурні, програмно-технічні). Категорії захисту: конфіденційність, цілісність, доступність. Типи загроз (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки та політика інформаційної безпеки. Засоби захисту інформації та вибір основних рішень по забезпеченню режиму інформаційної безпеки. Використання цифрового підпису в мережевій економіці. Безпека в Інтернет. Атаки на Інтернет. Рекомендації з безпеки.

**Тема 4. Маркетинг в мережевій економіці**.

Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку — первинні і вторинні маркетингові дослідження. Об’єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенч­маркінг. Поняття реклами, іміджева та стимулююча реклама. Переваги реклами в Інтернет. Форми реклами (банери, текстові блоки, розсилання, спонсорські пакети та інше). Методи реклами (реєстрація в пошукових системах, каталогах, розсилка e-mail, партнерські програми, банерна реклама, зовнішня реклама, телебачення, радіо, журнали та ін.). Інтернет-реклама як форма Інтернет-бізнесу — типові послуги електронних рекламних агентств (креатив, медіабаїнг, медіапланування, PR-супровід та ін.). Принципи маркетингу в Інтернет. Індивідуальний та масовий маркетинг.

**Тема 5. Електронний ринок на базі Інтернет.**

Електронний ринок — поняття та основні принципи функціонування. Сектори ринку електронної комерції (роздрібний ринок, сектор торгівлі між підприємствами, електронний фінансовий ринок). Інтернет-магазини — необхідні умови ефективного функ­ціонування. Посередництво — нові ролі у збуті та товарній політиці. Ціноутворення, ланцюги додавання вартості. Internet та еволюція методів маркетингу. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Концепція: перехід від паперових форм інформації до електронних.

**Тема 6. Електронна підтримка споживачів.**

Програмне забезпечення для електронної комерції, класифікація та аналіз. Клієнтська база даних — характеристика та аналіз. Альтернативні торгові системи — характеристика та аналіз. Концепція: системи Web Response і РРІ. Впровадження: програмний модуль і модуль безпеки, кодування потоку повідомлень, модуль Transaction Manager, модуль Commerce Engine, деякі зміни в Web Response. Опис Web-вузла: контакт з користувачем в інтерактивному режимі, Інтерфейс Web Response. Впровадження РРІ. Аналіз: захист конфіденційної інформації Microsoft, пропозиції платних послуг, турбота про безпеку. Вбудована гнучкість. Техно­логії електронної комерції.

Віртуальні підприємства.Поняття віртуального підприємства. Класи віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Характеристика технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Системи Workflow. Керування знаннями віртуальних підприємств. Програмні агенти та мультиагентні системи. Етапи створення віртуального підприємства (проектування, прив’язка до ресурсів, залучення ресурсів, експлуатація, моніторинг, управлін­ня). Приклади реальних віртуальних підприємств (система CITIS та ін.).

**Тема 7. Тактичні прийоми електронної комерції.**

Інтернет як основа розвитку системи електронної комерції. Розвиток та використання стандартів в системах електронної комерції. Міжнародні стандарти електронного обміну даними в електронній комерції. Програмні агенти як посередники в електронній комерції. Гнучкість організаційної структури. Підвищення ефективності в електронній комерції. Можливості застосування електронної комерції. Необхідність експериментування в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Правові питання в електронній комерції.

**Тема 8. Перспективи мережевої економіки.**

Технології: Інтернет і приватні мережі, безпека, інфраструк­тура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротрансакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в мережі Інтернет, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.

**3. Рекомендована література.**

**Базова:**

1. Балабанов И. Т. Интерактивный бизнес: Учеб. Пособие. СПб: Питер, 2001 .124 с.

2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция: Учеб. Пособ. – СПб.: Питер, 2001 .335 с.

3. Береза А.М. Електронна комерція: Навч. посібник. Київ: КНЕУ,2002. 320 с.

4. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие. Київ, 2011.684 с.

5. Пушкар О.І., Є.М. Грабовський. Віртуальні підприємства та електронний бізнес: конспект лекцій . Харків: ХНЕУ,2008. - 47 с.

6. Плескач В.Л.,Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. Київ: Знання,

2007. 535 с.

7. Старовойтова Т.Ф. Электронный бизнес и коммерция. Москва: Тетра Системс, 2009. 144 с.

8. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.

9. Шалева О.І. Електронна комерція: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 209 с.

10. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учебное пособие. Москва: Дело, 2003. 480 с.

**Допоміжна:**

11.Береза А.М.,Козак І.А. Електронна комерція.Навч.-метод.посібн.для самост.вивч.дисципліни. Київ: КНЕУ, 2004. 108 с.

12.Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете. Москва: ЮНИТИ, 2008. 183 с.

13. Рейндолс М. Сделай сам Интернет-магазин. Санкт – Петербург: BHV, 2010. 304 с.

14.Самбер А. Как открыть Интернет – магазин. Москва: SmartBook, 2011. 316 с.

15.Уэйншенк С. Интуитивный веб-дизайн.Москва: Эксмо-пресса,2011. 160 с.

**4. Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік.**

**5. Засоби діагностики успішності навчання**

Педагогічний контроль здійснюється з дотриманням вимог об’єктивності, індивідуального підходу, систематичності і системності, всебічності та професійної спрямованості контролю. Використовуються такі методи контролю (усного, письмового), які мають сприяти підвищенню мотивації студентів-майбутніх фахівців до навчально-пізнавальної діяльності. Відповідно до специфіки фахової підготовки перевага надається письмовому і тестовому контролю.

**Критерії оцінювання відповіді студента на заліку**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Характеристики критеріїв оцінювання знань** | **За державною (національною) шкалою** | **За шкалою ECST** | **Сума балів** |
| **Високий рівень**  Характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію | **Зараховано** | **А** | **90-100** |
| **Високий рівень**  Характеризується глибокими і міцними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має частково дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію. | **Зараховано** | **В** | **82-89** |
| **Достатній рівень**  Характеризується знаннями суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв’язків між ними. Студент самостійно засвоює знання у стандартних ситуаціях, володіє розумовими операціями (аналізом, синтезом, узагальненням, порівнянням, абстрагуванням), уміє робити висновки, виправляти допущені помилки. | **Зараховано** | **С** | **74-81** |
| **Середній рівень**  Знання неповні, поверхневі. Студент відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності. | **Зараховано** | **D** | **64-73** |
| **Початковий рівень**  Відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення. | **Зараховано** | **E** | **60-63** |
| Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння застосувати теоретичні положення при розв’язанні практичних задач. | **Не зараховано**  з можливістю повторного складання заліку | **FХ** | **35-59** |
| Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння орієнтуватися при розв’язанні практичних задач, незнання основних фундаментальних положень. | **Не зараховано**  з обов’язковим повторним вивченням навчальної дисципліни | **F** | **34-59** |