**«ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ»**

**Факультет економіки та менеджменту, кафедра маркетингу, маркетинг, магістр, 1-й курс**

# Дорош-Кізим Мар’яна Михайлівна, e-mail: mim.dorosh@gmail.com

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Тема** | **Анотація** | **Інтернет-ресурс** |
| **ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС** | | | |
| **1** | Електронна підтримка покупців у споживчому секторі | Поняття функцій Інтернет-магазину. Завдання Інтернет-магазину. Правова база. Підтвердження угоди. Структура. Бек-офіс. Програмно-апаратні компоненти. Переваги та недоліки моделей ведення бізнесу. Моделі бізнесу. Товарні запаси.  Електронний торговий ряд. Інтернет-вітрина. Інтернет-магазин, що не має власних складів. Інтернет-магазин, що має власні склади. Технологія придбання товарів в Інтернеті. Процес здійснення покупки. Каталог товарів. Типи кошиків. Реєстрація і оформлення. Збір інформації. Обробка замовлення. Види доставки. Способи оплати товарів.  Проектування Інтернет-магазину. Команда проекту. Етапи проектування. Дослідження конкурентів. Цільова аудиторія. Завдання-проблеми-вирішення. Формування стратегії. Сценарії поведінки. Структура сайту. Прототипування. Юзабіліті тестування. | <https://stud.com.ua/84254/ekonomika/odnostorinkoviy_internet_magazin_elektronniy_torgoviy>  <https://pidruchniki.com/13710106/marketing/sistemi_formi_elektronnoyi_torgivli>  <http://webstudio2u.net/ua/design-web/655-usabiliti-testirovanie.html> |
| **2** | Тактичні прийоми Інтернет-торгівлі | Поняття стимулювання збуту. Фактори, що сприяють стимулюванню збуту. Методи заохочення споживачів. Пробні зразки, демонстраційні версії, запрошення, флаєри, купони, товар за пільговою ціною (знижки). Призи (конкурси, лотереї, ігри).  Напрями зв'язків з громадськістю. Фактори, що впливають на розвиток цих зв'язків. Основні засоби зв'язків з громадськістю. Спонсорський пакет.  Інтернет-брендинг. Поняття бренду. Основні характеристики традиційного бренду. Відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу. Конверсія сайту. Call-to-Action. Методи збільшення конверсії. Воронка продажів. Відсоток конверсії. Кнопкові методи. Створення облікового запису. Додавання в Корзину. Завершення покупки. Соціальні мережі. Тактики ціноутворення. | <http://ito.vspu.net/el_ppz/el_ppz/files/Shahina/Marketung/55_стимулювання_збуту.html>  <https://pidruchniki.com/82310/marketing/zvyazki_gromadskistyu>  <https://stud.com.ua/154451/marketing/internet_brending_rozvitok_brendiv_globalnoyi_merezhi> |
| **3** | Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет | Методи просування сайту. Залучення цільових відвідувачів. Реклама в онлайн-ЗМІ. Статейний піар. Контекстна реклама. Методи пошукової оптимізації. Методи просування сайтів в пошукових системах. Переваги «білих» методів. Фактори релевантності сторінки.  Контентна оптимізація. Планування. Семантичне ядро. Етапи маркетингового аналізу в рамках тематичної оптимізації. Попередній аналіз ринку. Вибір цільової аудитори. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Релевантність запитів. Типи запитів по частотності. Принцип тематичної оптимізації. SEO-текст.  Внутрішня та зовнішня оптимізація. Статичні і динамічні зовнішні фактори. Показники авторитетності. Тематичний індекс цитування. PageRank. Зважений індекс цитування. Реєстрація в каталогах пошукових системах і тематичних каталогах. Обмін посиланнями. | <https://stud.com.ua/67201/marketing/suchasni_metodi_prosuvannya_internet_saytu>  <https://my-master.net.ua/ua/shho-take-rozkrutka-veb-sajtu-metodi-rozkrutki-biznesu-v-interneti/>  <https://wiki.tntu.edu.ua/Статистичні_методи_в_SEO_та_розрахунок_релевантності_(рейтингу)_в_пошукових_системах> |
| **4** | Електронні платіжні системи та фінансові інструменти | Види електронних систем взаєморозрахунків. Пересилка комерційної інформації в мережі Інтернет. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація. Пластикові карти. Платіжні системи на основі кредитних карток. Учасники платіжної системи.  Інтернет-банкінг. Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через мережу Інтернет. Системи управління інвестиціями через мережу 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.  Електронні гроші. Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротранзакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків.  Вітчизняні системи електронних платежів. | <https://pidruchniki.com/18380919/informatika/tehnologiyi_internet-bankingu>  <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/207.pdf>  <http://www.ux.ua/a3258>  <http://www.ier.com.ua/files/publications/Books/2012/3_Electronic_Money/E-money_report_APPROVED_2012-10-02_RED2.pdf> |
| **5** | Системи Інтернет-торгівлі в корпоративному секторі | Сутність віртуальних підприємств. 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, інтелектуальні та мультиагентні системи. Етапи створення віртуального підприємства (проектування, прив’язка до ресурсів, залучення ресурсів, експлуатація, моніторинг, управління). Приклади реальних віртуальних підприємств. | <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/economika-pidpr/2558-ponyattya-virtualnogo-pidpriemstva.html>  <https://helpiks.org/5-96210.html> |
| **САМОСТІЙНА РОБОТА** | | | |
| **1** | Основні способи просування товарів і послуг в мережі Internet | Маркетинг в Internet (електронний маркетинг). Інформаційний маркетинг, вивчення ринку. Виробництво товару або послуги. Реалізація. Продаж і після продажна діяльність. Реклама в Internet. Банер. Хіти на сайтах. Індексування сайту. Реклама на тематичних сайтах. Контекстна реклама. Банерні мережі. Обмін між серверами кнопками, банерами, посиланнями. Спам. | <https://webbuilding.com.ua/ukr/internet-marketing/>  <https://ag.marketing/kontextna-reklama/>  <https://2ip.ua/ua/blog/spam> |
| **2** | Корпоративні сайти і бізнес-портали | Візитні картки фірм. Торговельні концентратори. Web-форум. Форми Internet-торгівлі. Internet-крамниці. Кошик товарів покупця. Електронні моли. Банк-емітент. Банк-еквайєр. Банківська картка. Організаційно-господарські питання розвитку електронної торгівлі. Internet-аукціони. Web-форма. | <https://fondy.ua/uk/internet_acquiring/>  <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/2012-06-25-18-21-09/2544--internet-.html>  <https://helpiks.org/5-96243.html> |
| **3** | Дистанційне навчання та його особливості | Поняття дистанційного навчання. Типи дистанційного навчання. Переваги та недоліки дистанційної освіти. Розвиток української системи дистанційної освіти. Інформаційні послуги. Віртуальні бібліотеки. Веб-квести. Інтеграція педагогічних і інтернет-технологій. Дистанційний курс. Засоби дистанційних комунікацій. | <http://www.info-library.com.ua/books-text-4093.html>  <https://dn.vippo.org.ua/blog/faq/ponyattya-dystantsiinogo-navchannya/>  <http://ito.vspu.net/ENK/2011-2012/NVP/robotu_styd/2013/Maksimchuk/Preview/page-6.html>  <https://osvita.ua/school/lessons_summary/edu_technology/30113/> |
| **4** | Принципи успіху в Internet-комерції | Інформаційне суспільство. Віртуальний продукт. Віртуальне підприємство. Система work-flow (робочий потік). Телеробота. «Стискання» бізнес-процесів. Динамічне брокерство. | <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/economika-pidpr/2558-ponyattya-virtualnogo-pidpriemstva.html>  <https://studfile.net/preview/5118185/page:9/> |
| **5** | Становлення вітчизняної он-лайн економіки: тенденції, проблеми та напрями розвитку | WAP-банкінг. Internet-інкубатор. Вітчизняні Internet-проекти. Методи вимірювання ефективності Інтернет-торгівлі. Державне регулювання електронної комерції. Перспективи розвитку фінансових Інтернет-послуг і їх особливості. | <https://pidruchniki.com/14201126/bankivska_sprava/osnovni_operatsiyi_wap-banking>  <https://pidruchniki.com/87973/ekonomika/internet-inkubatori> |