

ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Кафедра економіки

Факультет економіки і підприємництва

Мета дисципліни (інтегральна компетентність) – оволодіння теоретичними знаннями, уміннями та практичними навичками у сфері організації електронного бізнесу, інструментарію електронної комерції на базі глобальної мережі Інтернет, аналізу ефективності електронного бізнесу та його нормативно-правового забезпечення, ведення бізнесу, маркетингу та реклами з використанням новітніх комп'ютерних технологій у мережі Інтернет.

Міждисциплінарні зв'язки дисципліни. Для опанування даної дисципліни необхідні знання з таких дисциплін, як Інформатика, Економетрика, Мікроекономіка, Макроекономіка, Національна економіка, Менеджмент, Маркетинг.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;
- визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;
- здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності;
- здатність до проведення бізнес-діагностики та фінансового управління бізнес-діяльністю, а також розробки рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності й розвитку бізнес-структур;
- здатність застосовувати універсальні неспеціалізовані, надпрофесійні навички успішної участі у робочому процесі при виконанні професійних завдань в підприємницькій та бізнес-діяльності.

Програмні результати навчання:

- вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності;
- визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі та бізнес-діяльності та розробляти заходи щодо їх вирішення;
- вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та бізнес-діяльності;
- вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність;

– вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та бізнес-структур за умов невизначеності та ризиків;

– вміти здійснювати моніторинг і володіти інструментами бізнес-діагностики у сфері управління бізнесом, а також надавати й обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку підприємницьких, торговельних та бізнес-структур.

Короткий зміст курсу:

Мережна економіка в інформаційному суспільстві. Сутність електронного бізнесу. Види електронного бізнесу. Види електронних фінансових послуг. Започаткування електронного бізнесу. Характеристики ведення електронного бізнесу. Аспекти, переваги та виклики для електронного бізнесу. Бізнес моделі в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Бізнес-стратегії. Пристосування стратегії електронного бізнесу до корпоративної стратегії. Глобальна мережа Інтернет. Основні поняття. Інтернет-технології та сервіси. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет. Віртуальні приватні мережі. Інтернет як база електронного бізнесу. Інформаційні системи класу ERP. Інформаційні системи класу SCM. Інформаційні системи класу CRM. Колаборативні та внутрішні системи суб'єкту підприємництва. Особливості інформаційного рішення для електронного бізнесу і комерції. Зміна напрямку бізнес-діяльності з переходом до електронної комерції. Традиційний та електронний комерційні цикли. Нові продукти в мережі. Практичні приклади поєднання традиційної та електронної комерції. Суть і зміст електронної комерції. Основні категорії та класи електронної комерції. Переваги та характерні риси електронної комерції. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. Учасники електронного ринку. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні і в світі. Особливості процесу електронних закупівель. Стратегія і концепція CRM в управлінні бізнесом підприємства. Інструменти CRM. CRM-технології. Класифікація CRM-систем. Бізнес-аналітика. Функції та переваги (BI). Технології використання BI. BI vs ERP. Нові тенденції розвитку BI в Україні. Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Маркетингові показники ефективності. Ефективність веб-сайту. Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Методи визначення ефективності електронної комерції. Напрямки оцінки ефективності електронної комерції.