ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
підприємництва, торгівлі
та біржової діяльності
«29» серпня 2019 р.
протокол № 1

ПОЛОЖЕННЯ

про проведення предметної олімпіади
з дисципліни «Електронна комерція»

Мета проведення олімпіади – розвиток творчих здібностей студентів, формування навичок і переконань, які будуть визначати поведінку і вміння студентів в майбутній науковій та практичній діяльності.

Строк проведення олімпіади – олімпіада проводиться у квітні, у 2 навчальному семестрі.

Контингент учасників олімпіади – здобувачі ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Методика проведення першого (внутрішньовузівського) туру олімпіади. Олімпіада проводиться в два етапи. На першому етапі відбір переможців здійснюється на базі результатів відповідей на запитання з використанням класу комп'ютерної підготовки (список запитань наведено в додатку А). Переможці першого етапу беруть участь у другому етапі.

На другому етапі учасники виконують науково-дослідну роботу з питань електронної комерції (примірна тематика наведена в додатку Б). Кращі роботи відбираються для участі в обласних, республіканських та міжвузівських олімпіадах.

Журі олімпіади:

- *голова журі* – ведучий викладач дисципліни «Електронна комерція», к. е. н., доцент ЛИСАК О.І.;
- *члени журі* – к. е. н., доцент АНДРЄЄВА Л.О., к. е. н., доцент ТЕБЕНКО В.М.

Заохочення для переможців олімпіади – за результатами олімпіади переможці заохочуються різноманітними формами матеріального і морального стимулювання.

Порядок оновлення матеріалу для проведення олімпіади. Запитання до першого етапу оновлюються щорічно і затверджуються на засіданні кафедри.

Критерії відбору переможців для участі в другому турі Всеукраїнської олімпіади. Кращі роботи другого етапу розглядаються на засіданні журі, яке складається з ведучих викладачів кафедри. Роботи оцінюються за такими критеріями: актуальність, відповідність нормативним актам, наукова новизна, практичне застосування.

Зав. кафедри ПТБ Л.О. Болтянська

Додаток А

ЗАПИТАННЯ

для першого етапу предметної олімпіади

з дисципліни **«Електронна комерція»**

1. Поняття електронного бізнесу та його види.
2. Еволюція електронного бізнесу.
3. Поняття електронної комерції.
4. Переваги електронної комерції.
5. Склад та напрямки розвитку електронної комерції.
6. Поняття системи електронної комерції.
7. Системи «бізнес-бізнес», «бізнес-споживач», «споживач-споживач», «споживач-влада».
8. Електронний магазин.
9. Електронний аукціон.
10. Корпоративні портали.
11. Електронні торгівельні площі.
12. Структура та основні функції електронних магазинів.
13. Дизайн та контент сайту.
14. Електронний каталог товарів.
15. Система пошуку та порівняння товарів.
16. Реєстрація та індивідуалізація користувачів.
17. Класифікація електронних магазинів.
18. Електронна вітрина.
19. Автоматизований магазин.
20. Торгова Інтернет-система.
21. Особливості комерційної діяльності в мережах.
22. Пропозиція та продаж електронних товарів та послуг.
23. Методи та системи платежів.
24. Електронна валюта.
25. Кредитні та дебетові карти.
26. Інтелектуальні карти.
27. Електронний чек.
28. Сутність та моделі комунікації в електронній комерції.
29. Сутність та види реклами в електронній комерції.
30. Корпоративний веб-сайт
31. Банери, пошукові системи та каталоги, електронна розсилка, інформаційні сайти, дискусійні листи, партнерські та спонсорські програми.
32. Особливості електронної рекламної компанії та її ефективність.
33. Електронний PR.
34. Стимулювання продажу.
35. Кількісна та якісна оцінка електронного магазину.
36. Оцінка ефективності створення електронного магазину.

37. Оцінка економічної ефективності функціонування електронного магазину.
38. Міжнародне регулювання електронної комерції.
39. Правове регулювання електронної комерції в Україні.
40. Внутрішні правила мереж, які входять до Internet.
41. Громадське регулювання Internet.
42. Безпечність комерційних угод в Internet.

Додаток Б

ТЕМАТИКА

науково-дослідних робіт для другого етапу

предметної олімпіади з дисципліни

«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

1. ЕФЕКТИВНІСТЬ МОДЕЛІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ІСНУЮЧОГО БІЗНЕСУ КОМПАНІЇ.
2. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.
3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ.
4. СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ.
5. РОЗРОБКА ТА СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ.