

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі**

**„ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Декан факультету аграрного  
менеджменту

А.Д. Остапчук

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

**Навчально-методичний комплекс**  
дисципліни  
**“ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ”**

для підготовки фахівців спеціальності  
**075 «Маркетинг» ОС «Магістр»**  
(денної форми навчання)  
спеціалізація **“Маркетинг і комерційна діяльність”**

**Київ-2019**

**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Декан факультету

\_\_\_\_\_ А.Д. Остапчук

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

**РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО**

на засіданні кафедри маркетингу та  
міжнародної торгівлі

Протокол № \_\_\_\_\_ від “ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (Буряк Р.І.)

***РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ***

\_\_\_\_\_ Електронна комерція \_\_\_\_\_  
(назва навчальної дисципліни)  
напряму підготовки \_\_\_\_\_  
(шифр і назва напряму підготовки)  
спеціальність \_\_\_\_\_ 075 Маркетинг \_\_\_\_\_  
(шифр і назва спеціальності)  
спеціалізація \_\_\_\_\_ Маркетинг і комерційна діяльність \_\_\_\_\_  
(назва спеціалізації)  
факультет \_\_\_\_\_ аграрного менеджменту \_\_\_\_\_  
(назва факультету)

**Розробник:** к.е.н., доцент Рябчик А.В.

Київ – 2019 р.

# 1. Опис навчальної дисципліни

## Електронна комерція

(назва)

<b>Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь</b>		
Галузь знань	___07 «Управління та адміністрування»___ (шифр і назва)	
Напрямок підготовки	_____ (шифр і назва)	
Спеціальність	___075 «Маркетинг»___ (шифр і назва)	
Освітній ступінь	магістр	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	- _____ (назва)	
Форма контролю	Іспит	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання</b>		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	___1___	_____
Семестр	___2___	_____
Лекційні заняття	15 год.	_____
Практичні, семінарські заняття	30 год.	_____
Лабораторні заняття	0 год.	_____
Самостійна робота	75 год.	_____
Індивідуальні завдання	___0___ год.	_____
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	___3___ год. ___5___ год.	_____

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Дисципліна "Електронна комерція" належить до спеціальних дисциплін, які забезпечують формування знань та навиків магістрів спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» по впровадженню комп'ютерних технологій у бізнесі, основ електронної комерції та її використанню у аграрному менеджменті та маркетингу.

*Мета дисципліни «Електронна комерція»:* метою дисципліни «Електронна комерція» є набуття теоретичних і практичних знань з основ електронної комерції, оволодіння базовими знаннями і навиками в області електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

*Завдання дисципліни «Електронна комерція»:* теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з наступних питань: предметна галузь електронної комерції; основи теорії електронної комерції; основні поняття електронної комерції; застосування електронної комерції, ринки електронної комерції; основні моделі бізнес-процесів електронної комерції та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернет; нові принципи та засоби проведення розрахунків: пластикові картки, цифрові гроші; типи електронних платежів і платіжних систем; проблеми безпеки та захисту інформації при електронній комерції; досвід компаній, які успішно використовують у своїй діяльності методи й засоби електронної комерції; основи бізнесу та маркетингу в сучасних інформаційних технологіях; практичні навички з бізнесу в сучасних системах інформаційних телекомунікацій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- основи web-бізнесу,
- основні поняття електронної комерції,
- новітні інформаційні технології,
- методи, способи використання електронної комерції у аграрному бізнесі,
- принципи функціонування віртуальних магазинів,
- систему безпеки використовуваних при розрахунках через Інтернет.

**вміти:**

- вільно користуватися понятійним апаратом вміти,
- аналізувати фінансову, нормативну і економіко-технологічну інформацію у області електронної комерції,
- здійснювати покупки в Інтернет з використанням різних видів електронних платіжних систем і користуватися фінансовими послугами.

## **Програма навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1. Введення в електронний бізнес**

#### **Тема лекційного заняття 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції**

Суть і зміст електронної комерції. Електронний бізнес. Основні напрямки сучасного електронного бізнесу. Характерні риси електронної комерції. Основні категорії і класи електронної комерції. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. Учасники електронного ринку. Взаємодія учасників електронного ринку. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні та у світі.

#### **Тема лекційного заняття 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції**

Основні категорії мережі Інтернет. Хости, провайдери, сервери. Основні служби мережі Інтернет. Електронна пошта. Інтернет-пейджери. Телеконференція (форум). Списки розсилок. Служби пошуку інформації. Пошукові машини. Каталоги. Пошукові сайти. Ідентифікація Інтернет-ресурсів. «Географічні» та «організаційні» зони. Власні та функціональні імена доменного імені. Особливості українського сегмента Інтернет. Процедура створення Web-сайта. Бізнес-моделі сайтів. Рекламна бізнес-модель. Підтримка існуючого бізнесу.

#### **Тема лекційного заняття 3. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції**

Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них. Платіжна система в Інтернет. Умови здійснення платежів в Інтернет. Основні учасники платежів та розрахунків у мережі Інтернет. Особливості кредитних Інтернет-систем. Кредитна картка. Схема здійснення платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Платіжні шлюзи. Закриті системи. Дебетові Інтернет-системи та їх специфічні платіжні системи. Електронні гроші. Електронний чек. Платежі за допомогою електронного чека. Платежі за допомогою електронних грошей. Забезпечення захисту в платіжних системах Інтернет.

### **Змістовий модуль 2. Діяльність специфічних суб'єктів електронного бізнесу**

#### **Тема лекційного заняття 1. Організація і технологія роботи Інтернет-магазину**

Вигляд, структура та особливості Internet магазину. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти. Відкриття магазину. Обробка замовлення. Керування магазином. Забезпечення Internet магазину. Оплата і доставка товарів. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину. Російські та українські Internet магазини.

Огляд Internet –аукціони. Internet площадки та їх види. Бізнес моделі та структура Internet площадок. Розвиток торгових Internet площадок. Якість обслуговування у Internet магазинах. Методи і способи заробітків в Інтернет.

### **Тема лекційного заняття 2. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони**

Суть і особливості віртуальних аукціонів. Віртуальний (електронний) аукціон. Специфічні правила до електронних аукціонів. Класифікація електронних аукціонів. Типи аукціонів та товари, що продаються на Інтернет-аукціонах. Схеми аукціонного торгу. Організаційне забезпечення Інтернет-аукціонів. Публічний аукціон. Абсолютний аукціон. Приватний аукціон. Тихий аукціон. Аукціон з мінімальною/максимальною ціною. Організація роботи віртуального аукціону.

### **Тема лекційного заняття 3. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики**

Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Основні принципи роботи електронних торговельних майданчиків. Переваги участі в електронних торговельних майданчиках. Види і структура електронних торговельних майданчиків. Модулі електронних майданчиків. Сайт-каталог. Сайт-аукціон. Сайт-біржа. Класифікація електронних торговельних майданчиків. Вертикальні, горизонтальні, змішані електронні торговельні майданчики. Особливості функціонування вертикальних (галузових) електронних торговельних майданчиків. Особливості горизонтальних (багатогалузових) торговельних майданчиків. Інтернет-представництва бізнес-структур.

### **Змістовий модуль 3. Маркетинг в електронній комерції**

#### **Тема лекційного заняття 1. Організація надання послуг в електронній комерції**

Особливості надання послуг в мережі Інтернет. Специфічні властивості електронних продуктів. Інтернет-трейдинг як специфічний вид послуг. Типи брокерів: класичний брокер, дисконтний брокер, он-лайн брокер. Організація надання банківських послуг через Інтернет. Інтернет-банкінг. Різновиди Інтернет-банкінгу. Види систем Інтернет-банкінгу. Моделі банківського бізнесу в режимі он-лайн. Електронні страхові послуги. Електронне страхування. Комплекс Інтернет-страхування. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг. Дистанційна освіта. Особливості дистанційного навчання. Класифікація підприємств, які надають електронні освітні послуги. Туристичні послуги в мережі Інтернет. Класифікація он-лайнових туристичних ресурсів у мережі Інтернет.

#### **Тема лекційного заняття 2. Маркетинг і реклама в мережі Інтернет**

Особливості сучасного Інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг. Характеристики маркетингового каналу Інтернет. Основні принципи товарної політики підприємств, які здійснюють бізнес-процеси в мережі Інтернет. Канали збуту в Інтернет-маркетингу. Аналіз якості Інтернет-представництв комерційних структур із використанням маркетингового підходу. Основні принципи та засоби реклами в мережі Інтернет. Інтернет-реклама. Банерна реклама. Специфічні риси елементів комплексу просування в Інтернет. Особливості застосування засобів Інтернет-реклами. Типи розміщення банерної реклами. Формування цін на товари і послуги в мережі Інтернет. Типи стратегій ціноутворення.

### **Тема лекційного заняття 3. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції**

Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Формати електронних документів. Міжнародні системи електронного обміну даними. Стандарти і специфікації, що застосовуються у системах електронного документообігу. Сервіс мережі, сервіс систем управління інформацією, сервіс застосувань, стандарти архітектури і подання документів, графічні стандарти, кодування шрифтів, стандарти пошуку. Методи визначення ефективності електронної комерції. Ефективність систем електронної комерції. Критерії оцінки ефективності електронної комерції. Напрями оцінки ефективності електронної комерції: економічний, організаційний, маркетинговий.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	л	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 1. Введення в електронний бізнес</b>												
Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	12	2	2			8						
Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції	13	2	4			7						
Тема 3. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	15	2	4			9						
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>40</i>	<i>6</i>	<i>10</i>			<i>24</i>						
<b>Змістовий модуль 2. Діяльність специфічних суб'єктів електронного бізнесу</b>												
Тема 1. Організація і технологія роботи Інтернет-магазину	14	2	4			8						
Тема 2. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони	13	2	4			7						
Тема 3. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики	13	2	2			9						
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>40</i>	<i>6</i>	<i>10</i>			<i>24</i>						
<b>Змістовий модуль 3. Маркетинг в електронній комерції</b>												
Тема 1. Організація надання послуг в електронній комерції	13	-	4			9						
Тема 2. Маркетинг і реклама в мережі Інтернет	14	2	4			8						
Тема 3. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції	13	1	2			10						
<i>Разом за змістовим модулем 3</i>	<i>40</i>	<i>3</i>	<i>10</i>			<i>27</i>						
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>15</b>	<b>30</b>			<b>75</b>						

## 5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

## 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	2
2	Основні категорії та інструментарій електронної комерції	4
3	Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	4
4	Організація і технологія роботи Інтернет-магазину	4
5	Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони	4
6	Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики	2
7	Організація надання послуг в електронній комерції	4
8	Маркетинг і реклама в мережі Інтернет	4
9	Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції	2

## 7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин

## 8. Самостійна робота студентів

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	8
2	Основні категорії та інструментарій електронної комерції	7
3	Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	9
4	Організація і технологія роботи Інтернет-магазину	8
5	Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони	7
6	Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики	9
7	Організація надання послуг в електронній комерції	9
8	Маркетинг і реклама в мережі Інтернет	8
9	Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції	10

## 9. Завдання для самостійної роботи студентів

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.** **Введення в електронний бізнес**

#### **Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Принцип роботи пошукових систем.
2. Пошукові сервери та каталоги.
3. Коректна мова пошуку.
4. Пошук конкретної інформації.
5. Здійснити пошук по індивідуальному завданню.

*Тематика рефератів:*

1. Українська реальність та перспективи інформаційної економіки України.
2. Інтернет – новий глобальний ринок й унікальний маркетинговий інструмент.
3. Інвестиційна привабливість українського Інтернет-бізнесу.
4. Особливості конкуренції на Інтернет-ринку.
5. Перехід бізнес-процесів до Інтернет-простору.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Для кожного виду електронного бізнесу знайдіть в українській частині Internet по три приклади. Зробіть їх короткий опис та порівняльну характеристику.

*Завдання 2.* Провести порівняльну характеристику основних сфер електронної комерції та визначити їх переваги для основних суб'єктів ринку товарів та послуг.

## **Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Бізнес в Інтернеті: від простого веб-сайту до інформаційного порталу.
2. Організація бізнесу в Інтернеті, секрети успіху.
3. Технологія розробки Інтернет-проектів.
4. Проблеми впровадження Інтернет-проектів.
5. Сутність та зміст електронного бізнесу.

*Тематика рефератів:*

1. Електронний бізнес та державні структури.
2. Еволюція бізнесу в Інтернеті.
3. Електронна комерція як основа електронного бізнесу.
4. Сутність та зміст електронної комерції.
5. Віртуальна організація як нова форма організації бізнесу.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Структурувати та розшифрувати доменні імена таких суб'єктів:

- (1) <http://www.norfolkunivers.edu.uk>
- (2) <http://www.travel.kyiv.org./map>
- (3) <http://www.mail.ru>
- (4) <http://www.crimee.com>

№ п/п	Домени III рівня (функціональні імена машин)	Домени II рівня (власна назва домена)	Домени I рівня	
			організаційні	географічні

*Завдання 2.* Структурувати та розшифрувати доменні імена таких суб'єктів:

- (5) <http://www.acad.edu.ua>
- (6) <ftp://ftp.relcom.ru>
- (7) <http://www.cukiernya.pro.pl>
- (8) <http://www.rada.gov.ua>

№ п/п	Домени III рівня (функціональні імена машин)	Домени II рівня (власна назва домена)	Домени I рівня	
			організаційні	географічні

## **Тема 3. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Принципи роботи платіжної системи.
2. Грошові одиниці відкриття рахунку.
3. Перевірка балансу рахунку.
4. Оплата покупок в Інтернет-магазині.
5. Гаранець клієнта платіжної системи.

6. Перевод електронних грошей у готівку.
7. Поповнення рахунку.
8. Оплата платіжній системі за підтримку рахунка та транзакції.

*Тематика рефератів:*

1. Управління грошовими коштами на рахунку системи.
2. Особливості валютних операцій.
3. Зняття коштів з рахунку. Поповнення рахунку.
4. Оплата за підтримку рахунку та за транзакції.
5. Встановлення програмного забезпечення електронної валютної біржі.
6. Створення індивідуального рахунку.
7. Особливості операцій покупки/продажу валюти.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Ознайомитися з особливостями функціонування та провести порівняльний аналіз основних видів електронних платіжних систем PayCash, iMoney, Інтерплат. Аналіз провести за такими критеріями: 1) організатори створення, 2) тип платіжної системи, 3) схеми електронних платежів платіжної системи, 4) процедура реєстрації користувача, 5) створення і підтримка електронного магазину, 6) схема захисту інформації.

*Завдання 2.* Ознайомитися з особливостями функціонування та провести порівняльний аналіз основних видів електронних платіжних систем WebMoney Transfer, CyberPlat, Інтерплат. Аналіз провести за такими критеріями: 1) організатори створення, 2) тип платіжної системи, 3) схеми електронних платежів платіжної системи, 4) процедура реєстрації користувача, 5) створення і підтримка електронного магазину, 6) схема захисту інформації.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.**

### **Діяльність специфічних суб'єктів електронного бізнесу**

#### **Тема 1. Організація і технологія роботи Інтернет-магазину**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Переваги Інтернет-магазинів перед традиційними.
2. Основні елементи, на основі яких базується взаємодія покупця з електронним магазином.
3. Кошик покупця в Інтернет-магазині.
4. Послідовність етапів обробки замовлення в Інтернет-магазинах.

*Тематика рефератів:*

1. Форми організації Інтернет-магазинів в українському сегменті мережі Інтернет.
2. Схема взаємодії покупця з Інтернет-магазином.
3. Електронні моли як перспективна форма Інтернет-торгівлі.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* За допомогою рейтингів найбільш відвідуваних сайтів (наприклад [www.bigmir.net](http://www.bigmir.net)) знайдіть по три найбільш популярні Internet-магазини для таких класів товару: книги, комп'ютери та їх комплектуючі, побутова техніка. Порівняйте їх та опишіть свої висновки.

*Завдання 2.* За допомогою даних мережі Інтернет визначити три кращих за рейтингом електронні магазини товарної категорії «побутова техніка». Результати роботи подати у вигляді таблиці.

№, п/п	Товарна спеціалізація	Електронна адреса магазину	Назва магазину	Товарні підгрупи, кількість товарів
1.				
2.				
3.				

## **Тема 2. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Класифікація електронних аукціонів.
2. Схеми аукціонного торгу.
3. Організаційне забезпечення Інтернет-аукціонів.
4. організація роботи віртуального аукціону

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Ознайомитися з структурою, типами Інтернет-аукціонів, технологією їх роботи та особливостями продажу товарів, представлених у окремих категоріях (антикваріат; книги, газети, журнали; предмети колекціонування; одяг, взуття та аксесуари; спорт; краса та здоров'я; мистецтво; годинники та прикраси).

*Завдання 2.* Ознайомитися з основними правилами проведення попереднього обраного аукціону, процедурою реєстрації, особливостями виставлення лота на продаж, технологією участі в торгах та покупки лота.

## **Тема 3. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків.
2. Види і структура електронних торговельних майданчиків.
3. Вертикальні та горизонтальні торговельні майданчики.
4. Інтернет-представництва бізнес-структур.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Ознайомитися з особливостями структури та функціями електронних торговельних майданчиків.

*Завдання 2.* Ознайомитися з правилами реєстрації та участі у торгах на електронних торговельних майданчиках.

*Завдання 3.* Ознайомитися з особливостями пошуку комерційної інформації на електронних торговельних майданчиках.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.**

### **Маркетинг в електронній комерції**

#### **Тема 1. Організація надання послуг в електронній комерції**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Функції, які виконують туроператори в мережі Інтернет.
2. Сутність та зміст Інтернет-трейдингу.
3. Послуги, які надають системи банківського обслуговування.
4. система електронного страхування в режимі он-лайн.
5. Світовий освітній електронний ринок дистанційної освіти.

*Тематика рефератів:*

1. Особливості надання послуг в мережі Інтернет.
2. Особливості надання банківських послуг через Інтернет.
3. Особливості страхових послуг.
4. особливості дистанційного навчання.
5. Особливості туристичних послуг в мережі Інтернет.

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Знайдіть в Internet сайти, як мінімум трьох, страхових компаній, що надають послуги Internet-страхування. Ознайомтеся з умовами особистого страхування та страхування автомобілю. Зробіть порівняльну характеристику послуг даних компаній.

*Завдання 2.* Ознайомитися з особливостями пошуку інформації та надання туристичних послуг у мережі Інтернет. Із запропонованого переліку обрати 3 пропозиції (в різних містах) та провести їх аналіз. Результати оформити у вигляді таблиці.

№ п/п	Назва турагенства	Місто	Електронна адреса	Електронна пошта	Адреса і телефони	№ ліцензії

#### **Тема 2. Маркетинг і реклама в мережі Інтернет**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Вивчення бізнес-моделей сайтів, моделей підтримки існуючого бізнесу, моделей створення нового бізнесу.
2. Етапи створення веб-сайту.
3. Вивчення можливих: джерел фінансування, виконавців проекту, постачальника послуг Інтернет, доменного імені.
4. Види каналів збуту, які виділяють у сфері Інтернет-маркетингу.

*Тематика рефератів:*

1. Вивчення цінових моделей розміщення реклами.
2. Опанування методу e-mail реклами (виконати індивідуальне завдання).
3. Вивчення принципів банерної реклами,
4. Рекламу за допомогою конференцій та інших інструментів.

*Практичні завдання:*

1. *Завдання 1.* Ознайомитися з особливостями аналізу якості Інтернет-представництва комерційної структури. Ознайомитися з видами послуг, які надають компанії. Результати оформити у вигляді таблиці.

№ п/п	Сфера послуг	Група послуг	Види послуг
1	Design. TriLan		
2	Develop. TriLan		
3	Promo. TriLan		
4	Adv. TriLan		
5	Hosting. TriLan		

*Завдання 2.* Оцініть український ринок банерних мереж. Знайдіть цінові прайси на розміщення банерів різних розмірів. Визначте яким ціновим моделям розміщення реклами віддають перевагу в українській частині Internet.

### **Тема 3. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції**

*Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):*

1. Які критерії ефективності електронної комерції?
2. Яким чином визначається ефективність банерної реклами?
3. Які статті витрат зменшуються при запровадженні електронних комунікацій замість традиційних в комерційних процесах?
4. Які аспекти ефективності електронної комерції характеризують маркетингові показники?

*Тематика рефератів:*

1. Укладання і дійсність комерційних контрактів (Типовий закон ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю»).
2. Принципи реєстрації доменних імен в домені.UA (Концепція розвитку домену.UA).
3. Права та обов'язки споживачів телекомунікаційних послуг (Закон України «Про телекомунікації»).
4. Права і обов'язки центра сертифікації ключів (Закон України «Про електронний цифровий підпис»).

*Практичні завдання:*

*Завдання 1.* Визначити основні нормативно-правові акти, що регламентують процеси формування та розвитку вітчизняної і міжнародної електронної комерції. Проаналізувати їх базові положення.

2. *Завдання 2.* Розкрити формули за якими розраховуються наступні показники:

- ефективність застосування різних засобів входу на сервер;
- оцінка відвідувань сторінок сервера;
- ефективність банерної реклами;
- ефективність перетворення відвідувачів у покупців;
- кількість повторних відвідувань сервера.

## 10. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання та різноманітні завдання практичного характеру.

## 11. Форми контролю

Виконання модульних та рубіжних контрольних робіт, індивідуальних робіт, практичних та ситуаційних завдань, тестових завдань, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за поточним та підсумковим контролюми. Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться в усній та письмовій формі. Контрольні завдання за змістовними модулями включають тестові питання (30 тестів). Контроль самостійної роботи проводиться:

- з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів та опитування;
- з лабораторних занять – шляхом перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на заліку у письмовій формі. Заліковий білет включає 10 тестів, 1 теоретичне питання, 1 практичне завдання.

## 12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль			Рейтинг з навчальної роботи $R_{НР}$	Рейтинг з додаткової роботи $R_{ДР}$	Рейтинг штрафний $R_{ШТР}$	Підсумкова атестація (залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3					
0-100	0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

**Примітки.** 1. Відповідно до «Положення про кредитно-модульну систему навчання в НУБіП України», затвердженого ректором університету 03.04.2009 р., рейтинг студента з навчальної роботи  $R_{НР}$  стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} \cdot K_{ЗМ}^{(1)} + R_{ЗМ}^{(2)} \cdot K_{ЗМ}^{(2)} + R_{ЗМ}^{(3)} \cdot K_{ЗМ}^{(3)})}{K_{ДИС}} + R_{ДР} - R_{ШТР},$$

де  $R_{ЗМ}^{(1)}, \dots, R_{ЗМ}^{(n)}$  – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

$n$  – кількість змістових модулів;

$K_{ЗМ}^{(1)}, \dots, K_{ЗМ}^{(n)}$  – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{ДИС} = K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + K_{ЗМ}^{(n)}$  – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{ДР}$  – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{ШТР}$  – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти  $K_{ЗМ}^{(1)} = \dots = K_{ЗМ}^{(n)}$ . Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} + R_{ЗМ}^{(2)} + R_{ЗМ}^{(3)})}{3} + R_{ДР} - R_{ШТР}.$$

**Рейтинг з додаткової роботи**  $R_{ДР}$  додається до  $R_{НР}$  і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

**Рейтинг штрафний**  $R_{ШТР}$  не перевищує 5 балів і віднімається від  $R_{НР}$ . Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

2. Згідно із зазначеним Положенням *підготовка і захист курсового проекту (роботи)* оцінюється за 100 бальною шкалою і далі переводиться в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	Добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 13. Методичне забезпечення

1. Рябчик А.В. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Електронна комерція» для студентів денної форми навчання напряму 8.03050701 «Маркетинг» спеціалізації «Комерційно-посередницька діяльність» - К.: НУБіП України, 2018.

## 14. Рекомендована література

### Базова:

1. Електронна комерція. Методичний посібник/ Швиденко М.З., Касаткіна О.М., Андрущенко В.М., Харченко В.В./ К.: НУБіПУ, 2009 р.
2. Макарова М.В. Електронна комерція. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.:Видавничий центр "Академія", 2002. - 272 с.

### Допоміжна:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 219 с.
2. Курс выживания интернет-компаний / К. Барроу - Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2001. - 341 с.
3. Манн И. Маркетинг на 100%. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2004. - 320 с.
4. Правовые аспекты использования Интернет-технологий / под ред. А.С. Кемрадж, Д.В. Головерова. - М.: Книжный мир, 2002. - 410с.
5. Реклама и маркетинг в Интернете. / Томас Кеглер, Пол Доулинг, Бренд Тейлор, Джошуа Тестерман. - Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2003. - 640 с.
6. Серго А. Интернет и право. - М.: Бестселлер, 2003. - 272 с.
7. Уилсон Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга / Ральф Ф. Уилсон - М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. - 264 с.
8. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: Учебник.- СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 250 с.
9. Электронный маркетинг: Учеб. пособие / Под ред. Т.П. Данько, Н.Б. Завьяловой, О.В. Сагиновой. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 377 с.
10. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. (Серия «Учебники для вузов») - СПб: Питер, 2001. — 336 с.
11. Интернет-магазин: організація, оподаткування, облік / Під ред. Я. Кавторєва. - Х.: Фактор, 2009. - 128 с.
12. Петрик Е.А. Интернет-маркетинг / Московская финансово- промышленная академия - М., 2004 - 299 с.

## 15. Інформаційні ресурси

1. ЕНК "Електронна комерція" на порталі ННІ Бізнесу (<http://business.nauu.kiev.ua/course/view.php?id=3>)
2. E-commerce.com.ua- новостной и образовательный ресурс, посвященный вопросам интернет-бизнеса и технологиям электронной коммерции.
3. Міжнародна електронна комерція: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні - реферат - 09 серпня 2007 року - <http://www.referat.lutsk.ua/view/94.html>
4. Банки: сучасні інформаційні технології Введение в HTML. – Экономико правовая библиотека vuzlib.net - <http://www.vuzlib.net/banki/index.htm>
5. Наукові дослідження торгівлі на eBay - Журнал "Інформаційні технології. Аналітичні матеріали" - 17/02/2007 -<http://it.ridne.net/node/256>
6. Пошукова система Google (<http://www.google.com>)
7. Пошукова система Яндекс (<http://www.yandex.ru>)
8. Київський міський сервер (<http://kiev2000.com>)
9. ПриватБанк (<http://www.privatbank.ua>)
10. Платіжні Інтернет-системи: о Web Money Transfer ([www.webmoney.ru](http://www.webmoney.ru)), о UkrMoney (<http://www.ukrmoney.com.ua>), о Яндекс.Деньги (<http://money.yandex.ru>), о CyberPlat (<http://www.cyberplat.ru>), о Інтернет.Гроші (<http://www.imoney.com.ua>), о Міжбанківська система електронної доставки і оплати рахунків "ПОРТМОНЕ" (<http://www.portmone.com.ua>), о Національна система масових електронних платежів НСМЕП(<http://ansmep.com.ua>).
11. Лабораторія Касперського (<http://www.kaspersky.ru>)
12. Міжнародний валютний ринок FOREX (<http://www.x-trade.com.ua>)
13. Ecommerce PHP shopping cart software Shop-Script FREE (<http://www.script-shop.com.ua>).
14. Набор Web-Разработчика Денвер (<http://www.denwer.ru>)

## КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Критерії оцінки виконання навчальних завдань є одним з основних способів перевірки знань, умінь і навичок студентів з дисципліни “Електронна комерція”. При оцінці завдань за основу слід брати повноту і правильність їх виконання. Необхідно враховувати такі вміння і навички студентів:

- диференціювати, інтегрувати та уніфікувати отримані знання;
- викладати матеріал логічно й послідовно;
- користуватися додатковою літературою.

### Рейтингові оцінки зі змістових модулів

Термін навчання (тижні)	Номер змістового модуля	Навчальне навантаження, год.	Кредити ECTS	Рейтингова оцінка змістового модуля	
				Мінімальна	Розрахункова
1-5	1	36	1	60	100
7-11	2	36	1	60	100
13-17	3	36	1	60	100
Всього	3	108	3	60	100

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} = 0,3R_{\text{ат}}$$

$$R_{\text{нр}} = (0,7 (R_{1\text{зм}} \times 1 + R_{2\text{зм}} \times 1 + R_{3\text{зм}} \times 1)) : 3 + R_{\text{др}} - R_{\text{штр}}$$

### Співвідношення між національними та ECTS оцінками і рейтингом із дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	Добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## **ПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «Електронна комерція»**

1. Основні поняття. Категорії електронної комерції. Переваги електронної комерції.
2. Планування, розробка та реалізація онлайн-бізнесу. Різні аспекти електронної комерції (технічний, економічний, політичний, фіскальний, соціальний, культурний).
3. Перспективи розвитку електронної комерції. Причини гальмування електронної торгівлі в Україні.
4. Нові економічні явища з літерою «е». Роль мережі Інтернет в підвищенні ефективності бізнесу.
5. Ієрархічна структура електронної комерції.
6. Концепція електронних ринків.
7. Основні завдання електронних ринків та їх різновиди.
8. Вимоги споживачів до електронної комерції.
9. Обмін даними в електронній комерції.
10. Необхідні стандарти та протоколи, що підтримують електронну комерцію.
11. Бізнес-моделі для різних типів електронної комерції та їх порівняльна характеристика. Типові сценарії електронної комерції.
12. Ринок B2B, або електронний обмін.
13. Аналіз основних напрямів розвитку електронної комерції.
14. Розвиток сектора B2B на прикладі західних країн і України.
15. Електронна комерція в секторі інтелектуальної власності.
16. Електронна комерція і інвестиції.
17. Стан законодавчого регулювання відносин у інформаційних технологіях. Юрисдикція в Інтернет.
18. Юридична сила договірної та розрахункової документації в електронній формі.
19. Правовий захист інформації. Інтелектуальна власність мережі.
20. Закони України про криптозахист.
21. Антиреклама. Створення тіньових сайтів.
22. Основні сектори електронної комерції.
23. Інтернет-реклама.
24. Торгівля інформаційними послугами.
25. Торгівля фінансовими (банківськими) послугами.
26. Інтернет-банкінг. Інтернет-трейдинг. Інтернет-страхування.
27. Продаж та купівля в Інтернет. Поняття електронного магазину.
28. Оподаткування товарів, що продаються через Інтернет.
29. Проектування баз даних та інформаційних систем для комерційних застосувань.
30. Electronic Software Distribution - електронне розповсюдження програмного забезпечення.
31. Менеджмент операційних ресурсів.
32. Система електронної комерції INT-commerce.

33. Інформаційні послуги.
34. Дистанційне навчання.
35. Телекомунікаційні засоби спілкування.
36. Пластикова картка як платіжний інструмент. Забезпечення функціонування карток.
37. Технологія безготівкових розрахунків на підставі пластикових карток. Проведення операцій. Дебітові системи.
38. Платіжні технології з оплатою за фактом поставки товару, в момент здійснення купівлі, з попередньою оплатою товарів та послуг.
39. Платіжні системи. Електронна валюта.
40. Електронний цифровий підпис. Цифрові сертифікати.
41. Системи і стандарти електронних розрахунків. Протоколи електронної торгівлі.
42. Обов'язкові процедури при здійсненні платежів.
43. Захист електронних платежів. Захист інформації в банківських системах. Безпека систем обміну електронними даними. Персональні платежі та їх захист.
44. Вдосконалення систем безпеки. Діяльність урядових і фінансових структур.
45. Методи вимірювання ефективності електронної комерції.
46. Елементи криптології. Криптологія із закритим та відкритим ключами.
47. Встановлення справжності. Встановлення повноважень.
48. Безпека комп'ютерних систем. Захист комп'ютерних систем обробки інформації.
49. Моделі та механізми реалізації політики безпеки. Безпека, що забезпечується засобами клієнта та засобами сервера.
50. Захист електронних платежів.

## ПАКЕТИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
<b>ОС «Магістр» спеціальність 075 «Маркетинг»</b>	<b>Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі</b> 2019-2020 навч. рік	<b>ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1</b> з дисципліни «Електронна комерція»	Затверджую Зав. кафедри  _____ (підпис) Буряк Р.І. (ПІБ) 20 р.

3. Дати визначення Internet-магазину. Класифікація Internet-магазинів.
4. Визначити основні напрямки розвитку сучасного електронного бізнесу:

5. Тестові завдання

Основні напрямки електронного бізнесу

1. Яких організаційних моделей електронних торговельних майданчиків не існує?
 

	Сайт-каталог	
	Сайт-бізнес	
2. Встановіть послідовність процедури створення веб-сайта:
 

1	А. Програмування Web-сайта
2	Б. Публікація Web-сайта в мережі
3	В. Вибір теми Web-сайта
4	Г. збір та аналіз інформації
5	Д. розробка дизайну і групування контенту
6	Е. просування Web-сайта

### 3. Які слова пропущені у реченні (визначенні).

... - комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм)	(у бланку відповідей подати двома словами)
---	--

### 4. Яке слово пропущене у реченні (визначенні).

... - можливість аналізу поведінки відвідувачів сайту та врахування його результатів при удосконаленні продукції, самого сайту і маркетингових заходів	(у бланку відповідей подати одним словом)
--	---

### 5. Система оплати товарів та послуг шляхом передавання числових даних від одного комп'ютера до іншого називається:

1	Електронні чеки
2	Електронні гроші
3	Дебетова платіжна система
4	Visa Travel Money

1. ... електронні торговельні майданчики створюються найчастіше великими підприємствами з метою максимального використання інформаційних комунікаційних технологій для поглиблення інтеграції зі своїми комерційними партнерами.

(у бланку відповідей вписати пропущене слово)

2. Основними напрямками оцінки ефективності електронної комерції є:

1	Економічний
2	Організаційний
3	Маркетинговий
4	Аналітичний
5	Адміністративний

3. За видами доступу до банківських послуг можна виділити такі різновиди Internet-банкінгу:

1	Телефонний банкінг
2	Комп'ютерний банкінг
3	Відеобанкінг
4	Мобільний банкінг

4. Встановити відповідність:

1. HTML	А. система «розмовних кімнат», так званих чатів
2. IRC	Б. мова розмітки гіпертекстових документів
3. Internet-пейджери	В. безкоштовні програми для безпосереднього спілкування у мережі

5. В електронному листі не можна застосовувати цифровий підпис та шифрування?

Так	Ні
-----	----

## НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА ЛІТЕРАТУРА

з дисципліни: «Електронна комерція»

### Основні підручники:

1. Електронна комерція. Методичний посібник/ Швиденко М.З., Касаткіна О.М., Андрющенко В.М., Харченко В.В./ К.: НУБіПУ, 2009 р.
2. Макарова М.В. Електронна комерція. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.:Видавничий центр "Академія", 2002. - 272 с.

### Додаткова література:

- 13.Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 219 с.
- 14.Курс выживания интернет-компании / К. Барроу - Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2001. - 341 с.
- 15.Манн И. Маркетинг на 100%. 2-е изд. - Спб.: Питер, 2004. - 320 с.
- 16.Правовые аспекты использования Интернет-технологий / под ред. А.С. Кемрадж, Д.В. Головерова. - М.: Книжный мир, 2002. - 410с.
- 17.Реклама и маркетинг в Интернете. / Томас Кеглер, Пол Доулинг, Бренд Тейлор, Джошуа Тестерман. - Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2003. - 640 с.
- 18.Серго А. Интернет и право. - М.: Бестселлер, 2003. - 272 с.
- 19.Уилсон Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга / Ральф Ф. Уилсон - М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. - 264 с.
- 20.Успенский И.В. Интернет-маркетинг: Учебник.- Спб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. - 250 с.
- 21.Электронный маркетинг: Учеб. пособие / Под ред. Т.П. Данько, Н.Б. Завьяловой, О.В. Сагиновой. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 377 с.
- 22.Балабанов И.Т. Электронная коммерция. (Серия «Учебники для вузов») - Спб: Питер, 2001. — 336 с.
- 23.Интернет-магазин: організація, оподаткування, облік / Під ред. Я. Кавторєва. - Х.: Фактор, 2009. - 128 с.
- 24.Петрик Е.А. Интернет-маркетинг / Московская финансово- промышленная академия - М., 2004 - 299 с.

### Нормативні документи:

2. КВЕД (ГК 009:2005) - Класифікатор видів економічної діяльності (ГК 009:2005), затверджений наказом Держспоживстандарту України від 26.12.2005 р. № 375.

3. Класифікатор послуг № 822 - Державний класифікатор продукції і послуг ДК 016-97, затверджений і введений в дію наказом Держстандарту України від 30.12.97 р. № 822.

6. Закон про патентування - Закон України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" від 23.03.96 р. № 98/96-ВР.

7. Закон про авторське право - Закон України "Про авторське право і суміжні права" від 23.12.93 р. № 3792 - XII.

10. Закон № 1023 - Закон України "Про захист прав споживачів" від 12.05.91 р. № 1023 - XII.

11. Закон № 1280 - Закон України "Про телекомунікації" від 18.11.2003 р. № 1280-IV.

14. Закон № 755 - Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб - підприємців" від 15.05.2003 р. № 755 - IV.

15. Закон № 851 - Закон України "Про електронні документи і електронний документообіг" від 22.05.2003 р. № 851 - IV.

16. Закон № 852 - Закон України "Про електронний цифровий підпис від 22.05.2003 р. № 852 - IV.

17. Закон № 2346 - Закон України "Про платіжні системи і переказ коштів в Україні" від 05.04.2001 р. № 2346 - III.

18. Закон про захист інформації - Закон України "Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах" від 05.07.94 р. № 80/94-ВР.

19. Закон про ліцензування - Закон України "Про ліцензування деяких видів господарської діяльності" від 01.06.2000 р. № 1775 - III.

20. Указ № 727 - Указ Президента України "Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва" від 03.07.98 р. № 727/98.

21. Перелік № 1336 - Перелік окремих форм і умов проведення діяльності у сфері торгівлі, громадського харчування і послуг, яким дозволено робити розрахункові операції без застосування реєстраторів розрахункових операцій з використанням розрахункових книжок і книг обліку розрахункових операцій, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 23.08.2000 р. № 1336.

22. Правила № 103 - Правила продажу товарів на замовлення і поза торговими або офісними приміщеннями, затверджені наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 103.

23. Правила № 206/699 - Правила продажу товарів поштою, затверджені наказом Міністерства економіки України і Міністерства транспорту і зв'язку України від 11.06.2008 р. № 206/699.

25. Правила № 369 - Правила роботи дрібнороздрібної торгової мережі, затверджені наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.96 р. № 369.

26. Положення № 137 - Положення про порядок емісії платіжних карток і здійснення операцій з їх застосуванням, затверджене постановою Правління Національного банку України від 19.04.2005 р. № 137.

27. Положення № 178 - Положення про електронні гроші в Україні, затверджене постановою Правління Національного банку України від 25.06.2008 р. № 178.