1.Які основні переваги електронної комерції порівняно з традиційними методами торгівлі?

2.Які види електронної комерції існують і як вони відрізняються один від одного?

3.Поясніть поняття "Бізнес-модель" в контексті електронної комерції.

4.Які фактори впливають на успішність електронного бізнесу?

5.Що таке електронна платіжна система і які її основні складові?

6.Розгляньте основні проблеми та виклики, з якими стикаються підприємства у сфері електронної комерції.

7.Які є ключові етапи розробки та впровадження електронного магазину?

8.Як впливає мобільна електронна комерція на поведінку споживачів?

9.Поясніть поняття "Конверсія" в контексті електронного магазину.

10.Які стратегії маркетингу ефективні для електронної комерції?

11.Розгляньте основні аспекти інтернет-маркетингу для електронного бізнесу.

12.Які переваги та недоліки використання соціальних мереж для просування товарів та послуг?

13.Як забезпечити безпеку електронних транзакцій у електронній комерції?

14.Які аспекти пов'язані з логістикою впливають на ефективність електронного бізнесу?

15.Як визначити цільову аудиторію для електронного магазину?

16.Які основні види електронних платежів існують, і як вони відрізняються один від одного?

17.Як впливає міжнародна електронна комерція на глобальний бізнес?

18.Які технологічні інновації впливають на розвиток електронної комерції?

19.Поясніть поняття "Облачні технології" і їхнє використання в електронній комерції.

20.Як електронна комерція впливає на традиційний роздрібний бізнес?

21.Яким чином можна забезпечити персоналізацію електронного магазину для кращого обслуговування клієнтів?

22.Що таке аналітика в електронній комерції і як вона використовується для прийняття управлінських рішень?

23.Як важливо вивчати та враховувати поведінку споживачів в електронній комерції?

24.Які можливості та виклики виникають при використанні інтернету речей (IoT) у сфері електронної комерції?

25.Як впливає законодавство на електронну комерцію, зокрема в галузі захисту прав споживачів та конфіденційності?

26.Які переваги може мати електронний маркетплейс для виробників та споживачів?

27.Як забезпечити ефективний облік товарів та складського управління в електронному бізнесі?

28.Яким чином можна оптимізувати процеси обробки та відправлення замовлень у електронному магазині?

29.Що таке мультиканальна стратегія продажів у електронній комерції, і чому вона важлива?

30.Як враховувати та адаптувати електронний бізнес до змін в економічних умовах та технологічних трендах?

Тестовий блок

Що таке електронна комерція?

a) Продаж товарів і послуг на ринках

b) Торгівля електронічними пристроями

c) Обмін інформацією через електронні пристрої

d) Робота в інтернеті

Яке з наведених тверджень є перевагою електронної комерції?

a) Обмежена географія збуту

b) Відсутність можливості спілкування з клієнтами

c) Зменшення витрат на зберігання товарів

d) Зниження часу доставки

Якість послуги у електронній комерції може бути виміряна за допомогою:

a) Кількості відвідувачів сайту

b) Кількості сторінок на сайті

c) Конверсії та задоволеності клієнтів

d) Вартості реклами

Які з наступних є основними видами електронної комерції?

a) Тільки B2C

b) Тільки B2B

c) B2C, B2B, C2C, C2B

d) Тільки C2C

Яка з наступних бізнес-моделей описує модель "Freemium"?

a) Безкоштовна доставка товарів

b) Безкоштовне надання базового функціоналу, але з оплатою за розширені можливості

c) Безкоштовне надання послуги, але з обов'язковою пожертвою

d) Продаж товарів у великих кількостях

Якість обслуговування клієнтів у електронній комерції включає в себе:

a) Лише надання інформації про товари

b) Забезпечення безпеки електронних транзакцій

c) Відсутність можливості зворотного зв'язку

d) Тільки доставку товарів

Які з наступних є основними етапами розробки електронного магазину?

a) Тільки реклама та продажі

b) Розробка, тестування, впровадження, підтримка

c) Тільки впровадження та підтримка

d) Виготовлення товарів та їхнє розміщення на сайті

Що таке конверсія в електронній комерції?

a) Відсоток відвідувачів сайту, які стали покупцями

b) Кількість товарів у каталозі магазину

c) Швидкість виконання електронних транзакцій

d) Кількість клієнтів на сайті

Які технології використовуються для забезпечення безпеки електронних транзакцій?

a) SSL, шифрування, двофакторна аутентифікація

b) Тільки відстеження замовлень

c) Тільки онлайн-чат для клієнтів

d) Використання пластикових карток

Як визначити цільову аудиторію для електронного магазину?

a) Залежно від величини магазину

b) Лише за віком покупців

c) Аналізуючи інтереси та поведінку споживачів

d) Випадковим вибором

Які з наступних є типами електронних платіжних систем?

a) Тільки готівкові платежі

b) Онлайн-платіжки, банківські картки, мобільні платежі

c) Тільки чекові перекази

d) Оплата послуг через пошту

Яка з наступних стратегій маркетингу ефективна для електронної комерції?

a) Тільки традиційна реклама у газетах

b) Контент-маркетинг, соціальні мережі, ретаргетинг

c) Лише безпосередні зустрічі з покупцями

d) Випадкові розсилки на електронну пошту

Які можливості та виклики пов'язані з використанням соціальних мереж у сфері електронної комерції?

a) Збільшення обсягів продажів, збільшення взаємодії з клієнтами

b) Тільки зменшення видатків на рекламу

c) Тільки ризики порушення конфіденційності

d) Зниження важливості зворотного зв'язку з клієнтами

Які фактори впливають на ефективність логістичних процесів у електронній комерції?

a) Тільки кількість товарів у каталозі

b) Швидкість доставки, правильне управління запасами

c) Тільки розмір складських приміщень

d) Кількість рекламних банерів на сайті

Як можна оптимізувати процеси обробки та відправлення замовлень у електронному магазині?

a) Тільки збільшення цін на товари

b) Використання автоматизованих систем управління складом

c) Лише зменшення різноманітності товарів

d) Збільшення обсягів ручної роботи

Які переваги може мати електронний маркетплейс для виробників та споживачів?

a) Тільки обмеження вибору товарів

b) Зниження конкуренції для виробників

c) Збільшення доступності товарів, конкурентоспроможні ціни

d) Тільки обмеження можливості порівняння цін

Які можливості та виклики пов'язані з використанням інтернету речей (IoT) у сфері електронної комерції?

a) Підвищення ефективності доставки, забезпечення персоналізованого обслуговування

b) Тільки складність використання таких технологій

c) Зменшення швидкості обслуговування клієнтів

d) Тільки підвищення витрат на рекламу

Як впливає законодавство на електронну комерцію, зокрема в галузі захисту прав споживачів та конфіденційності?

a) Лише ускладнює процес реєстрації на сайті

b) Забезпечує права та безпеку покупців

c) Лише зменшує обсяги продажів

d) Тільки ускладнює проведення електронних транзакцій

Як може електронна комерція впливати на традиційний роздрібний бізнес?

a) Тільки зменшення попиту на товари в магазинах

b) Розвиток мультіканальних стратегій продажів

c) Лише збільшення витрат на рекламу

d) Зменшення важливості онлайн-продажів

Блок питань на співставлення

Співпоставте тип електронної комерції із відповідним прикладом:

a) B2C

b) C2C

c) B2B

d) C2B

Приклади:

i) Продаж товарів споживачам безпосередньо в інтернет-магазині.

ii) Онлайн-аукціон, де користувачі продають товари один одному.

iii) Закупівля товарів чи послуг компанією в інтернеті.

iv) Користувачі створюють відеооголошення і пропонують його публікацію рекламодавцям.

Пов'яжіть вид електронної платіжної системи із його описом:

a) Мобільні платежі

b) Онлайн-платіжки

c) Кредитні картки

d) Чекові перекази

Опис:

i) Передача грошей через мобільні пристрої.

ii) Електронні сервіси, що дозволяють здійснювати платежі через Інтернет.

iii) Використання банківських карток для здійснення електронних транзакцій.

iv) Переказ грошей, який відбувається через банківський чек або поштовий переказ.

Зіставте термін із його визначенням:

a) Конверсія

b) Мультіканальна стратегія продажів

c) Фріміум

d) Аналітика в електронній комерції

Визначення:

i) Відсоток відвідувачів сайту, які стають покупцями.

ii) Стратегія, яка включає в себе використання різних каналів збуту.

iii) Модель, при якій базовий функціонал надається безкоштовно, але за розширені можливості платиться.

iv) Збір та аналіз даних для прийняття управлінських рішень.

Співставте етап розробки електронного магазину із його описом:

a) Розробка

b) Тестування

c) Впровадження

d) Підтримка

Опис:

i) Виконання виправлень та оптимізацій після введення електронного магазину в експлуатацію.

ii) Перевірка функціональності та стабільності перед введенням в експлуатацію.

iii) Створення структури та дизайну електронного магазину.

iv) Забезпечення нормальної роботи електронного магазину після введення в експлуатацію.

Пов'яжіть технологічну інновацію із сферою її впровадження в електронну комерцію:

a) Штучний інтелект (AI)

b) Інтернет речей (IoT)

c) Blockchain

d) Розпізнавання обличчя

Сфера впровадження:

i) Забезпечення безпеки та надійності електронних транзакцій.

ii) Персоналізація рекомендацій для покупців на основі їхньої історії покупок.

iii) Відстеження руху та стану товарів під час доставки.

iv) Автоматизація обробки замовлень та управління запасами.

Співпоставте метод захисту прав споживачів із його описом:

a) Заборона дискримінації

b) Повернення товару протягом 14 днів

c) Захист конфіденційності особистої інформації

d) Гарантія якості товару

Опис:

i) Забезпечення права клієнта повернути товар і отримати повний повернення грошей.

ii) Захист особистих даних від несанкціонованого доступу та передача третім особам.

iii) Заборона обмеження прав клієнта на підставі расової, релігійної чи гендерної приналежності.

iv) Зобов'язання продавця гарантувати, що товар відповідає вказаній якості та характеристикам.

Зіставте термін із його визначенням:

a) Облачні технології

b) Мобільна електронна комерція (m-commerce)

c) Логістика

d) Соціальна мережа

Визначення:

i) Використання мережі для електронної торгівлі та здійснення платежів за допомогою мобільних пристроїв.

ii) Система для зберігання та обробки даних через Інтернет, що дозволяє отримувати доступ до них з будь-якого місця.

iii) Організація та координація процесів доставки товарів від виробника до споживача.

iv) Віртуальна платформа для обміну інформацією та взаємодії між користувачами.

Співставте вид електронного бізнесу із його основною характеристикою:

a) E-commerce

b) E-government

c) E-learning

d) E-health

Основна характеристика:

i) Надання медичних послуг та інформації через Інтернет.

ii) Торгівля товарами та послугами в онлайн-режимі.

iii) Навчання та отримання освіти через електронні платформи.

iv) Надання громадських послуг та взаємодія громадян з державою через Інтернет.

Співпоставте вид електронної комерції із прикладом:

a) B2G

b) C2C

c) B2B

d) G2C

Приклади:

i) Покупець продає товар іншому покупцеві через онлайн-аукціон.

ii) Компанія закуповує сировину у виробника через Інтернет.

iii) Громадянин здійснює платіж за комунальні послуги через веб-портал місцевої влади.

iv) Організація здійснює продаж товарів або послуг державній установі.

Співпоставте методи маркетингу із їхнім впливом на покупців:

a) Email-маркетинг

b) Відео-маркетинг

c) Афіліатський маркетинг

d) Соціальний маркетинг

Вплив на покупців:

i) Залучення через рекламні кампанії на соціальних мережах.

ii) Використання спеціальних посилань для просування товарів чи послуг.

iii) Використання електронних листів для розсилання рекламної інформації.

iv) Використання відео контенту для створення інтересу до продукту чи бренду.

фів