

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

до організації самостійної роботи,  
проведення практичних завдань  
з навчальної дисципліни

**«Електронна комерція»**

*(для студентів усіх форм навчання  
за напрямом підготовки 6.030601 – Менеджмент)*

**Харків**  
**ХНУМГ ім. О. М. Бекетова**  
**2018**

Методичні рекомендації до проведення практичних занять з дисципліни «Електронна комерція» (для студентів усіх форм навчання за напрямом 6.030601 – Менеджмент) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: О. П. Колонтаєвський. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 29 с.

Укладач канд. екон. наук, доц. О. П. Колонтаєвський

Рецензент: проф., д-р екон. наук М. М. Новікова

*Рекомендовано кафедрою менеджменту і маркетингу в міському господарстві, протокол № 1 від 31.08.2017.*

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Практична робота №1. Створення центральної Web-сторінки Internet-магазину. Оформлення тексту Web-сторінки.....	5
2 Практична робота №2. Використання внутрішніх та зовнішніх посилань у Web-сторінки. Створення списків.....	9
3 Практична робота №3. Створення списків. Вставка зображення у Web- сторінку. Додавання зображення-посилання у Web-сторінку.....	13
4 Практична робота №4. Створення таблиць.....	15
5 Практична робота №5. Фрейми в html. фонове зображення.....	18
6 Самостійна робота.....	22

## ВСТУП

Робота студентів з дисципліни «Електронна комерція» організується відповідно до навчального плану за напрямом 6.030601 – Менеджмент і включає в себе:

- а) виконання практичних завдань;
- б) самостійну роботу студентів в аудиторіях під керівництвом викладача.

По кожній темі дисципліни (див. робочу програму) передбачено виконання практичних завдань, рішення 1–2 задач, проведення викладачем опитування з теоретичної частини прочитаних ним лекцій.

Студенти вибирають номер свого завдання (варіант) відповідно до даних таблиць додатку за останньою і передостанньою цифрами номера залікової книжки.

## ПРАКТИЧНА РОБОТА №1

### СТВОРЕННЯ ЦЕНТРАЛЬНОЇ WEB-СТОРІНКИ INTERNET-МАГАЗИНУ. ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ WEB-СТОРІНКИ

Мета. Навчитись створювати та оформлювати Web-сторінку Internet-магазину.

Теоретичні відомості

HTML – це набір угод для розмітки документів, що визначають зовнішній вигляд документів на екрані комп'ютера при доступі до них із використанням програми броузера.

Документ, складений за допомогою мови розмітки HTML, являє собою текстовий файл, який можна набрати і відредагувати в звичайному текстовому редакторі, наприклад, у додатках Блокнот чи WordPad.

Документ розбивається на елементи: заголовки, абзаци, малюнки, таблиці та інші. Для кожного елемента задається команда мови HTML, названа тегом. Ця команда містить інформацію про те, який вигляд повинен мати даний елемент на Web-сторінці, які зв'язки він має з іншими елементами або документами.

У мові HTML є багато тегів, серед яких теги створення заголовка документа, задання параметрів шрифту, креслення ліній, вставки гіперпосилань, вставки графічних елементів тощо. Web-сторінка, окрім тексту і посилань, може вміщувати графіку, звуки, відео, тобто мати такий вигляд, який ви бачимо на екрані комп'ютера.

Тег – це фрагмент коду, що описує певні елементи документа HTML і вміщений у кутові дужки < >.

HTML-документ умовно можна розбити на три частини:

*Службова інформація* для броузера, що вміщена у рядок з тегом <!DOCTYPE>.

*Заголовна частина документа*, до якої вміщена назва документа, а також службова інформація для серверів, описи невеликих програм-сценаріїв. Ця частина документа міститься між тегами <HEAD> і </HEAD>.

*Тіло документа*, що обмежене тегами <BODY>... </BODY>.

Часто теги, окрім імені, містять додаткові елементи, які називаються атрибутами.

Атрибути – це компоненти тегу, що містять вказівки про те, як броузер має сприйняти й обробити тег.

Атрибут записується після імені тегу перед дужкою і складається, як правило, із пари «ім'я атрибута = значення».

Значення атрибута записується після імені атрибута через знак рівності =. Всі значення атрибутів за умовчанням беруться в подвійні (") або одинарні (') лапки. Імена атрибутів можуть набиратися як малими, так і великими літерами, броузер інтерпретуватиме їх однаково. У тега може бути кілька атрибутів, тоді вони відокремлюються один від одного пробілами.

Часто при створенні Web-сторінок виникає необхідність пояснити ту або іншу особливість HTML-коду або наміри розробника, але так, щоб ці пояснення не відображалися у вікні браузера. У таких випадках використовується коментар.

Коментар – це фрагмент коду, що не виконується і розташований між групами символів `<! >`.

Наприклад, на екрані не відобразатимуться такі елементи:

`<!-- Коментар, що займає один рядок -->` або

`<!-- Коментар можна розташовувати  
в двох рядках -->`.

Для поділу HTML-документа на логічно закінчені блоки використовують заголовки. Завдяки заголовкам відвідувач Web-сторінки може отримати уявлення про її вміст. Для задання заголовків на Web-сторінці використовується парний тег:

`<Hn>` заголовок тексту `</Hn>`, де де  $n = 1, 2, 3, 4, 5, 6$ .

Існує шість рівнів заголовків – від H1(найбільш важливий) до H6 (найменш важливий). Програма браузера відображає заголовки більшим (напівжирним) шрифтом. Чим вище рівень заголовка, тим більший розмір шрифту. Заголовки відокремлюються порожніми рядками від іншого тексту.

Наприклад: `<H1>` Джерельце `</H1>`

Для поділу HTML-документа на абзаци використовують теги:

`<P>` *текст* `<P>` – абзац. Можна використовувати тільки відкриваючий тег.

`<BR>` – початок нового рядка (але не абзаца). Теги `<BR>` зручні при оформленні поштових адрес, наборі віршів тощо.

`<HR>` – вставка горизонтальної лінії.

Абзаци, що задаються тегами `<P>` і `<BR>`, за умовчанням вирівнюються по лівому краю сторінки. Змінити таке вирівнювання можна за допомогою атрибута `align`.

`align="center"` – вирівнювання по центру;

`align="right"` – вирівнювання по правому краю сторінки;

`align="left"` – вирівнювання по лівому краю сторінки.

Наприклад, заголовок

`<H1align="center">`Джерельце`</H1>` розташовуватиметься по центру сторінки.

Параметри шрифту, який використовується для відображення тексту на Web-сторінках, найпростіше визначити за допомогою елемента `FONT`. Для цього елемента передбачені такі атрибути:

`face` (гарнітура шрифту або список допустимих шрифтів);

`color` (колір шрифту);

`size` (розмір шрифту).

Наприклад, для виведення слова “Вода” шрифтом Arial червоного кольору, потрібно ввести в документ параметри:

`<FONT face="Arial" color=" red ">` Вода`</FONT>`

Для оформлення шрифтів на Web-сторінки використовуються теги, які задають вигляд абзацу та шрифту. Деякі з них:

<B>текст</B> – напівжирний;  
<I>текст</I> – курсив;  
<U>текст</U> – підкреслювання;  
<FONT SIZE = *n* > текст </FONT> – задання розміру шрифту.  
(*n*=1, 2, 3, ..., 7);  
<FONT COLOR = *кольорова специфікація* >текст </FONT> – задання кольору шрифту

Кольорова специфікація

Black (Чорний) = "#000000"

Green (Зелений) = "#008000"

Silver (Срібло) = "#C0C0C0"

Lime (Лимон) = "#00FF00"

Gray (Сірий) = "#808080"

Olive (Оливковий) = "#808000"

White (Білий) = "#FFFFFF"

Yellow (Жовтий) = "#FFFF00"

Maroon (Темно-бордовий) = "#800000"

Navy (Темно-синій) = "#000080"

Red (Червоний) = "#FF0000"

Blue (Синій) = "#0000FF"

Purple (Фіолетовий) = "#800080"

Teal (Бірюзовий) = "#008080"

Fuchsia (Фуксія) = "#FF00FF"

Aqua (Блакитний) = "#00FFFF"

Увага! При використанні парних тегів потрібно слідкувати за їх правильним “вкладанням”, наприклад:

```
<H1 align="center"> <FONTCOLOR = "#000000"> <B> Джерельце </B>  
</FONT></H1>
```

#### Хід роботи

1. Відкрийте текстовий редактор Блокнот, наберіть в ньому даний текст.

```
<HTML>
```

```
<HEAD>
```

```
<TITLE> Internet-магазину "(Web-назва)"</TITLE>
```

```
</HEAD>
```

```
<BODY>
```

```
Опис магазину (з практичної роботи №1)
```

```
</BODY>
```

```
</HTML>
```

2. Збережіть файл як текстовий, вказавши назву base.html в своїй папці. Закрийте Блокнот.

3. Відкрийте збережений файл, двічі клацнувши на його імені. У вікні браузера з'явиться створена Web-сторінка.

4. Виконайте команду Вид/Источник. На екрані з'явиться створений текст мовою HTML, відкритий в текстовому редакторі Блокнот. Цю команду слід використовувати завжди, коли треба переглянути HTML-код відкритої Web-сторінки.

5. Закрийте файл з HTML-кодом. Закрийте Web-сторінку.
6. Відкрийте створений раніше файл base.html.
7. Відкрийте HTML-код цієї Web-сторінки (Вид/Источник)
8. Збережіть файл зназвою text.html.
9. Змініть HTML-код документа:

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE> Internet-магазин ***** </TITLE>
</HEAD>
<BODY>
< h1> Internet-магазин *****</ h1 >
*****
*****
</BODY>
</HTML>
```

10. Збережіть файл з HTML-кодом та закрийте його. На панелі інструментів натисніть кнопку Обновить. В результаті повинна вийти сторінка, як на малюнку.

11. Текст потрібно розбити на рядки. Знову відкрийте HTML-код цієї Web-сторінки та в кінці кожного рядка вставте тег <BR>.

12. Збережіть файл з HTML-кодом та закрийте його. На панелі інструментів натисніть кнопку Обновить. В результаті повинна вийти сторінка, як на малюнку.

13. Змініть шрифт першого рядка на напівжирний оливкового кольору. Для цього відкрийте HTML-код цієї Web-сторінки та встановіть параметри:

```
<B><FONT COLOR = #808000> Internet-магазин *****</FONT>
</B>
```

14. Збережіть та закрийте HTML-код. На панелі інструментів натисніть кнопку Обновить. В результаті повинен змінитися шрифт першого рядка.

15. Відкрийте файл з HTML-кодом. Встановіть такі параметри:

- для заголовку – вирівнювання по центру, зелений колір, відділити від наступного тексту горизонтальною лінією;
- для всього тексту – вирівнювання по лівій стороні, напівжирний шрифт, бірюзовий колір;
- для останнього рядка – вирівнювання по правій стороні, курсивний шрифт, синій колір.

15. Закрийте файл з HTML-кодом. Закрийте Web-сторінку.

16. Складіть схему сайту, визначте назви інших сторінок сайту, створіть всі необхідні сторінки сайту. Завантажте файли на перевірку.

Контрольні запитання

- 1) Що являє собою мова розмітки HTML?



- 2) Як можна відредагувати документ, написаний мовою HTML?
- 3) З яких частин складається документ, складений мовою HTML?
- 4) Які елементи може містити HTML-документ?
- 5) Що таке тег?
- 6) Для чого використовуються атрибути тегів?
- 7) Що таке коментар в HTML-документі?
- 8) Для чого використовуються заголовки?
- 9) Як можна поділити текст в HTML-документі на абзаци?
- 10) Як в HTML-документі ставити горизонтальну лінію?
- 11) Що таке парні і непарні теги?
- 12) Які є атрибути для встановлення параметрів шрифтів?
- 13) Якими тегами можна змінити колір шрифту?

## **ПРАКТИЧНА РОБОТА №2**

### **ВИКОРИСТАННЯ ВНУТРІШНІХ ТА ЗОВНІШНІХ ПОСИЛАНЬ У WEB-СТОРІНКИ. СТВОРЕННЯ СПИСКІВ**

Мета. Навчити створювати внутрішні та зовнішні посилання у Web-сторінках. Навчити створювати списки та вставляти зображення у Web-сторінки.

Теоретичні відомості

Гіперпосилання (посилання) – найпопулярніший елемент Web-сторінок. З їх допомогою користувач може переходити до різних частин поточної сторінки, звертатися до інших сторінок або Web-вузлів.

*Організація посилання:*

1) На вихідній Web-сторінці визначається відправна точка посилання, наприклад, підкреслене слово або малюнок.

2) На цільовій Web-сторінці задається точка призначення посилання, що відповідає конкретному HTML-елементу (тексту, малюнку, аудіо або відеокліпу), так і документу в цілому.

Відправна точка посилання задається тегом <A>. Сам елемент A називається елементом прив'язки або якірним елементом. У середині тегу <A> ставиться обов'язковий атрибут *href*, за допомогою якого визначається точка призначення посилання (цільовий ресурс). Між тегами <A> і </A> розміщується текст посилання або елемент малюнка. Найпростіше посилання може виглядати так:

```
<A href="rest . html ">Мої канікули</A>
```

На Web-сторінці це посилання відобразиться у вигляді тексту "Мої канікули". При клацанні мишею по цьому посиланню буде завантажений HTML-файл rest.html .

В атрибуті *href* зазначене лише ім'я файла, що відповідає відносному посиланню на файл, який розміщений у тій самій папці, що й вихідний

документ. Якщо потрібно посилатися на ресурс, розміщений у World Wide Web, то в атрибуті *href* указується *URL* цього ресурсу, наприклад,

```
<A href = " http : // www . samsung . com "> Продукція фірми Samsung  
</A>
```

Мова HTML підтримує внутрішні і зовнішні гіперпосилання.

Якщо посилання здійснює перехід у межах того самого документа, то його називаються внутрішнім.

Такі посилання звичайно застосовують у великих документах для переміщення по розділах.

Внутрішнє посилання, як і зовнішнє, задається за допомогою елемента якірного тегу `<A>` з атрибутом `href`. Але, на відміну від зовнішнього посилання, у значенні атрибута `href` указується не *URL*, а ім'я мітки (мітка позначається знаком#). Мітка створюється за допомогою якоря `< A >`, однак у ньому замість атрибута *href* використовується атрибут *name*.

Наприклад, щоб із змісту електронної книги можна було переходити по посиланнях до відповідних глав, потрібно написати такий HTML-код документа (фрагмент):

.....

```
< a href = " # глав1 " > Розділ 1. Відплиття Богомира < / A > < BR >
```

```
< a href = " # глав2 " > Розділ 2. Кіннотники Рістанії < / A > < BR >
```

.....

```
< H2 > < A name = " глав1 " > Розділ 1. Відплиття Богомира < / A > < / H2 >
```

Арагорн біг крутою тропою, вдивляючись у землю. Хобіти ступають легко: Слідопит, і той, бувало, збивався з їхнього сліду.

.....

```
< H2 > < A name = " глав2 " > Розділ 2. Кіннотники Рістанії < / A > < / H2 >
```

Сутеніло. Позаду, у лісистих підніжжях, дерева тонули в тумані, і туман підповзав до світлих заводей Андуйну, але в небесах було ясно...

.....

При клацанні по внутрішньому посиланню, вказаному у змісті, документ прокручується до початку тієї чи іншої глави.

Якщо посилання забезпечує перехід до іншого документа, розташованого на іншому Web-вузлі, то це зовнішнє посилання.

Локатор *URL* ресурсу, на який вказує посилання, може бути абсолютним і відносним. Абсолютний *URL* містить усі компоненти, необхідні для того, щоб браузер зміг знайти Web-сторінку в неосяжній мережі WWW. Але якщо посилання вказує на ресурс, що міститься на тому самому вузлі, що і вихідний документ, зручніше користуватися скороченим записом *URL*, у якому вказується тільки папка і файл. Такий запис адреси називається відносним *URL*. Прикладом відносного *URL* є значення атрибута `href="rest.html"`.

Текст посилання не повинен бути довгим, щоб не утруднювати вибір потрібного посилання при швидкому перегляді документа користувачем. Текст посилання також повинен відображати зміст об'єкта, на який вказує посилання. Не слід, наприклад, використовувати для посилань мало інформативні фрази типу «Клацніть тут» чи «Клацни і побачиш».

## Хід роботи

1. Оформити вміст Web-сторінки, використовуючи внутрішні посилання.

Для створення Web-сторінки потрібно в редакторі Блокнот ввести HTML-код сторінки та зберегти її під назвою Tovar.html в папці.

```
<HEAD>
<TITLE>Товари </TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<h1>Товари </h1>
<h2>А </h2>
<a href="#Canon PowerShot SX410 IS Black">Canon PowerShot SX410 IS
Black</a> <BR>
<a href="#Товар 2">Товар 2</A> <BR>
<a href="#Товар 3">Товар 3</A> <BR>
<a href="#Товар 4">Товар 4</A> <BR>
<h2><a name="Canon PowerShot SX410 IS Black"> Canon PowerShot
SX410 IS Black </a></h2> Виробник Canon. Тип CCD. Кількість мегапікселів
20. Максимальний розмір кадру 5152x3864. Фокусна відстань, 35–мм
еквівалент 24–960. Оптичний зум 40x. Чутливість ISO авто, 100–1600.
Діапазон витримок, сек 15–1/4000. Баланс білого авто, 5 передналаштувань,
ручний. Серійна зйомка, кадрів/сек. 2,2. Макс. розмір кадру; кадрів/сек. (Fps)
1280x720 (25fps). LCD-екран (діагональ в дюймах; кількість пікселів) 3 ",
230000. Карти пам'яті SD (SDHC, SDXC). Розміри, мм 104x69x85.
<h2><a name="#Товар 2"> Товар 2</a></h2> .....
</BODY>
</HTML>
```

2. Відкрити створену Web-сторінку та перевірити “прокручування” документа при натисканні на внутрішні посилання.

3. Створити Web-сторінки price.html та kontakt.html в папці. (Використати інформацію, подану нижче).

4. Створити Web-сторінку “Зміст”, використовуючи зовнішні посилання для відкриття сторінок price.html та kontakt.html . Для цього вставити такий код:

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Контакти</TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<h1> Контакти</h1>
<a href="base.html">Головна</A> <BR>
<a href="price.html ">Ціни</a> <BR>
<a href="Tovar.html">Товари</A> <BR>
</BODY>
</HTML>
```

## 5. Перевірити відкриття сторінок.

Хід роботи

1. Оформити вміст Web-сторінки, використовуючи внутрішні посилання. Для створення Web-сторінки потрібно в редакторі Блокнот ввести HTML-код сторінки та зберегти її під назвою A.html в папці.

```
<HEAD>
<TITLE> Сторінка </TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<h1> Сторінка </h1>
<h2> А </h2>
<a href= "#Товар 1">Товар 1</a> <BR>
<a href= "#Автобус">Автобус</A> <BR>
<a href= "#Айва">Айва</A> <BR>
<a href= "#Акація">Акація </A> <BR>
<a href= "#Акула">Акула</A> <BR>

<h2> <a name="Товар 1"> Товар 1 </a></h2> Товар 1 – це .....

<h2> <a name="#Товар 2"> Товар 2 </a></h2> Товар 2 – .....
.....
</BODY>
</HTML>
```

2. Відкрити створену Web-сторінку та перевірити “прокручування” документа при натисканні на внутрішні посилання.

3. Створити Web-сторінки B.html та V.html в папці (Використати інформацію, подану нижче).

4. Створити Web-сторінку “Зміст”, використовуючи зовнішні посилання для відкриття сторінок A.html , B.html , V.html. Для цього вставити такий код:

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE> Сторінка </TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<h1> Сторінка </h1>
<a href= "A.html">A</a> <BR>
<a href= "B.html">B</A> <BR>
<a href= "V.html">V</A> <BR>
</BODY>
</HTML>
```

## 5. Перевірити відкриття сторінок.

### *Контрольні запитання*

1. Що таке гіперпосилання?
2. Як організувати посилання на Web-сторінці?

3. Яким тегом задається відправна точка посилання?
4. Що таке внутрішнє посилання?
5. Що таке зовнішнє посилання?
6. Яких правил слід дотримуватись при оформленні гіперпосилань?
7. Які списки розрізняють в HTML ?

### ПРАКТИЧНА РОБОТА №3 СТВОРЕННЯ СПИСКІВ. ВСТАВКА ЗОБРАЖЕННЯ У WEB-СТОРИНКУ. ДОДАВАННЯ ЗОБРАЖЕННЯ-ПОСИЛАННЯ У WEB-СТОРИНКУ

Мета. Навчити створювати списки та вставляти зображення у Web-сторінки.

Теоретичні відомості

*Створення списків*

У HTML розрізняють марковані (неупорядковані) і нумеровані (упорядковані) списки, причому код списку є структурою із вкладених елементів.

Зовнішнім елементом є пари тегів:

<UL>... </UL> – для маркованого списку;

<OL>... </OL> – для нумерованого списку.

Усередині цих тегів містяться елементи списку, які записуються за допомогою одиночних тегів:

<LI>Вміст рядка списку

Кількість елементів LI дорівнює кількості рядків у списку. Іноді на початку списку розташовують заголовок, що виділяється парним тегом <LH>... </LH>.

Для отримання маркованого списку на Web-сторінці маємо набрати такий код:

```
<UL>
```

```
<LH><!-- Заголовок списку--></LH>
```

```
<LI><!--Перший рядок списку-->
```

```
<LI><!--Останній рядок списку-->
```

```
</UL>
```

Рядки списку відзначаються маркерами – маленькими затемненими кружечками, які прийняті за умовчанням. Щоб змінити цей вид маркерів, можна додати в елементи списку атрибут type = " square " (маркер у вигляді заповненого квадрата) або type = " circle " (маркер незаповнений кружечок).

Нумерований список формується із застосуванням зовнішнього парного тегу

<OL>... </OL>, що обрмовує елементи списку. Нижче наведений код документа з нумерованим списком, а на малюнку показано, як його відображає браузер Internet Explorer .

```
<HTML>
```

```
<HEAD>
```

```

<TITLE>Нумерований список</TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<H2> Бої і битви Середзем'я </H2>
<OL>
<LI>Битва поблизу Мінас-Тіриту;
<LI>Бій двох твердинь;
<LI>Напад на Гондор;
<LI>Заключний бій;
<LI>Битва в Хобітанії;
</OL>
</BODY >
</ HTML >

```

У наведеному прикладі нумерація елементів списку виконана арабськими цифрами. Стиль нумерації змінюється за допомогою атрибута *type* елемента LI Наприклад, *type* = A відповідає нумерації великими літерами англійського алфавіту (A, B, C,... ), *type* = a це – нумерація малими англійськими літерами (a, b , c,.. ); *type* = I – нумерація за допомогою римських цифр(I, II , III ,... ).

#### *Вставка зображення*

Вставка зображення на Web-сторінку виконується одиночним тегом <IMG >. У середині цього тегу обов'язково записується атрибут src , що вміщує URL зображення. Наприклад, потрібно розмістити на сторінці картинку з файла Lord . jpg . Для цього треба зберегти файл із зображенням у певній папці (наприклад, у тій самій папці, що і HTML-документ), а у документ ввести тег:

```
< IMG src =" lord.jpg ">
```

За умовчанням браузер використовуватиме реальні розміри зображення, яке зберігається в графічному файлі. Якщо потрібно змінити ці розміри, застосовують атрибути width (ширина) і height (висота) у тегу< IMG >. Значення розмірів зображення задаються звичайно у пікселях, наприклад, width ="133" height ="33".Можна також задавати ширину і висоту у відсотках розмірів зовнішнього елемента(сторінки). Наприклад, зображення, що задається тегом

```
< IMG src =" lord.jpg " width ="30%">
```

займе по ширині 30% сторінки, а висота буде розрахована браузером із зберіганням пропорцій.

Звичайно користувач бажає скласти уявлення про зміст сторінки, коли вона тільки почала завантажуватися. Тоді він зможе прийняти рішення, чи варто чекати повного завантаження сторінки. У цьому йому допоможуть написи на місці малюнків, що не завантажилися. Вони задаються атрибутами alt . Наприклад, така інструкція

```
< IMG src =" photo.jpg " width ="50%" alt "Моя фотографія">
```

замість малюнка, що не завантажився, виведе рамку із межами малюнка і помістить у неї текст «Моя фотографія».

#### *Зображення-посилання*

Гіперпосилання на Web-сторінках можна подавати не тільки як виділений текст, а й у вигляді малюнка, Клацання мишею по такому малюнку призводить до завантаження нового HTML-документа або переходу в межах поточного документа.

Для створення зображення-посилання слід встановити у потрібному місці документа якірний тег <A> і вкласти до нього елемент IMG . Наприклад, якщо у документі розмістити елемент

```
<A href="http://www.rambler.com">  
<IMG src="logo.jpg" width="100" height="28">  
</A>
```

то можна буде клацанням по малюнку з файла Logo.jpg завантажувати пошукову систему Рамблер.

#### Хід роботи

6. Створити папку Лабораторна робота. В редакторі Блокнот створити документ Список1.html, зберегти його в папці Лабораторна робота.

7. Оформити списки на Web-сторінці за зразком, використовуючи в коді HTML-документа Список1 відповідні теги та атрибути (самостійно, див. теоретичні відомості).

8. В редакторі Блокнот створити документ Список2.html, зберегти його в папці Лабораторна робота.

9. Оформити списки на Web-сторінці за зразком, використовуючи в коді HTML-документа Список2 відповідні теги та атрибути (самостійно, див. теоретичні відомості).

10. В графічному редакторі Paint намалювати малюнок, зберегти його в папці Лабораторна робота.

11. В папці Лабораторна робота створити HTML-документ Списки. В код документа вставити зображення-посилання, використавши створений малюнок для завантаження файлів Список1 та Список2.

#### *Контрольні запитання*

1. Які списки розрізняють в HTML ?
2. Якими атрибутами можна змінити стиль нумерації списку?
3. Яким тегом можна вставити зображення у HTML-документ?
4. Як змінити розміри зображення у Web-сторінці?
5. Як перетворити зображення на зображення-посилання?

## **ПРАКТИЧНА РОБОТА №4 СТВОРЕННЯ ТАБЛИЦЬ**

Мета. Навчитися створювати таблиці у Web-документах, задавати параметри таблиці, змінювати атрибути рядків та стовпців.

#### *Теоретичні відомості*

Елементи таблиці

Таблиці будуються за принципом вкладення і вводяться на Web-сторінку за допомогою ряду елементів. Кожна таблиця починається тегом <TABLE> і закінчується тегом </TABLE>. Створювана таблиця ніби розгортається по рядках, і рядки заповнюються комірками. При цьому всередину тегів <TABLE>... </TABLE> можуть вставлятися такі елементи:

TR – елемент створення рядка;

TD – елемент, що визначає вміст комірки даних;

TH – елемент, що визначає комірку заголовка.

Наприклад, для створення таблиці 3x2 використовується такий шаблон:

```
<TABLE>
```

```
<TR> <TD>... </TD> <TD>... </TD> </TR>
```

```
<TR> <TD>... </TD> <TD>... </TD> </TR>
```

```
<TR> <TD>... </TD> <TD>... </TD> </TR>
```

```
</TABLE>
```

де крапками позначений вміст кожної комірки. У середині тегів першого рядка <TR>... </TR> замість елементів TD можуть розміщатися заголовки кожного стовпця – елементи TH.

Задання параметрів таблиці

Отримана таблиця має ширину стовпців, яка дорівнює максимальній довжині тексту у комірках. Таблиця вирівнюється по лівому краю вікна браузера, а її вміст відображається гарнітурою Times New Roman. Текст в комірках заголовка вирівнюється по центру, а в інших комірках по лівій межі. Щоб змінити ці установки за замовчуванням, використовують спеціальні атрибути.

width – задає ширину таблиці. Його значення виражається у пікселях або у відсотках (від повної ширини вікна браузера).

Наприклад, тег <TABLE width="40%">

задає таблицю з довжиною всіх рядків, що дорівнює 40% від ширини вікна. Краще задавати ширину у відсотках – тоді таблиці повністю будуть відображатися без прокручування у вікні браузера.

align – задає вирівнювання таблиці у документі. Цей атрибут може набувати одне із значень: left (розміщення таблиці уздовж лівого краю документа), center (по центру документа) і right (уздовж правого краю).

border – задає виведення рамок таблиці. Якщо значення цього атрибута не визначено, наприклад, <TABLE border>, усі рамки матимуть товщину 1 піксель. Якщо значення задане (наприклад, border=5), то товщина 5 пікселів буде тільки для зовнішньої рамки. Товщина внутрішніх рамок, як і раніше, дорівнюватиме 1 пікселю.

Атрибути елементів рядків і стовпців

Розглянуті вище атрибути стосуються таблиці в цілому. Атрибути, що дозволяють задати визначене форматування для комірок рядка:

width і height – встановлюють розміри комірок рядка: ширину і висоту. Ці атрибути можуть використовуватися у тегах <TR>, <TD>.



align – вирівнює вміст у комірках. Вводиться в теги <TR> або <TD>. Цей атрибут може набувати значень: left, right, center і justify (вирівнювання по ширині).

valign – вирівнює вміст по вертикалі. Цей атрибут застосовується з такими значеннями:

top – вирівнювання по верхньому краю комірок;

bottom – по нижньому краю;

middle – центрування по вертикалі.

Наприклад, <TR valign= "middle"> призначає центрування вмісту комірки по вертикалі.

Колір у таблицях

Колір таблиць визначається такими атрибутами:

bgcolor – колір фону в таблиці.

bordercolor – колір рамок таблиці.

Залежно від того, до якого тегу (<TABLE>, <TR>, <TH> або <TD>) вводиться атрибут, задаватиметься фон всієї таблиці, рядка, комірки заголовка або даних.

Наприклад,

<TABLE bgcolor="red"> – призначає червоний фон всієї таблиці;

<TD bgcolor="yellow"> – задає жовтий фон комірки даних;

<TR bordercolor="FF0000"> – задає червоні межі всіх комірок рядка.

Об'єднання комірок таблиці. Для об'єднання суміжних комірок в початкових тегах <TH> або <TD> застосовуються такі атрибути:

rowspan – об'єднує комірки суміжних рядків. Значення атрибута задає кількість об'єднаних комірок.

colspan – об'єднує комірки суміжних стовпців.

Якщо застосувати водночас обидва атрибути rowspan і colspan, отримаємо об'єднану комірку із суміжних рядків і стовпців.

Наприклад:

<TD rowspan=2> – встановлює об'єднання двох комірок із суміжних рядків;

<TD colspan=3> – формує одну комірку даних із трьох комірок суміжних стовпців;

<TD rowspan=2 colspan=4> – задає комірку, розташовану на перетині двох рядків і чотирьох стовпців.

## Хід роботи

1. У текстовому редакторі Блокнот набрати запропонований текст для створення таблиці.

<HTML>

<HEAD>

<TITLE> Телефони </TITLE>

</HEAD>

<BODY>

<TABLE>

```

<TR> <TH>Прізвище, ім'я </TH> <TH> Телефон </TH> </TR>
<TR> <TD>Андреєва Інна </TD> <TD>626262</TD> </TR>
<TR> <TD>Борисенко Ольга </TD> <TD>122115</TD> </TR>
<TR> <TD>Вакуленко Світлана </TD> <TD>262445</TD> </TR>
</TABLE>
</BODY>
</HTML>

```

2. Зберегти файл, вказавши назву таблиця.html в своїй папці. Відкрити створену Web-сторінку у браузері Internet Explorer.

3. В HTML-код сторінки в відповідні теги додати атрибути для зміни параметрів таблиці:

- 1) встановити ширину таблиці у вікні браузера 50%;
- 2) встановити товщину меж таблиці 6 пікселів;
- 3) рядок заголовку виділити будь-яким кольором;
- 4) змінити колір меж рядків таблиці;
- 5) вирівняти вміст другого стовпця по центру.

4. Використовуючи атрибути рядків та стовпців таблиці, об'єднання комірок та задання кольору, створити Web-сторінку для відображення контактів менеджерів.

#### Контрольні запитання

- 1) Якими тегами задається створення таблиці?
- 2) Якими тегами позначається заголовок та рядки таблиці?
- 3) Який атрибут задає ширину таблиці?
- 4) Який атрибут задає виведення рамок таблиці? Як змінити товщину межі?
- 5) Якими атрибутами можна змінити колір фону та меж таблиці?
- 6) Для чого використовуються атрибути rowspan та colspan?

### **ПРАКТИЧНА РОБОТА №5 ФРЕЙМИ В HTML. ФОНОВЕ ЗОБРАЖЕННЯ**

Фрейми в html використовуються для вставки окремих вікон на сайт.

Для використання фреймів існує тег <frameset> який записується замість тегу тіла сторінки(<body>). У цьому тегу записується спосіб розбиття вашої сторінки на окремі ділянки. У контейнері <frameset> записується тег <frame> із властивостями для окремого фрейма.

Приклад синтаксису:

```
<frameset>  
<frame  
me>  
</frameset>
```

*Атрибути для <frameset>:*

cols – кількість колонок у фреймі

rows – кількість рядків у фреймі

border – рамка

frameborder – рамка між фреймами

framespacing – відстань між фреймами

*Атрибути для <frame>:*

src – адреса до файлу що буде завантажуватись у фреймі.

name – назва фрейма.

frameborder – визначає чи будуть показані межі цього фрейму. Даний атрибут може приймати значення 1 або 0.

marginwidth – відстань між лівим і правим фреймом.

marginheight – відстань між верхнім і нижнім фреймом.

noresize – робить заборону на зміну розміру фрейму методом перетягування.

scrolling – дозволяє або забороняє смугу прокрутки у фреймі. Може набувати значень Yes або No.

longdesc – посилання на іншу сторінку що містить детальний опис про фрейм.

Фрейми створюються за допомогою тега FRAMESET. Зверніть увагу, що в коді html-документа немає тега body!

```
<html >  
<head >  
<title >Фрейми< /title >  
</head>  
<frameset></frameset >  
</html >
```

За допомогою фреймів вікно браузера ділиться на декілька вікон, заданих розмірів, де розміщаються незалежні один від одного документи. Це дозволяє залишати одну **інформацію** видимою, а іншу – замінюваною або прокручуваною.

Створимо перший варіант сторінки з фреймом. Але перед цим треба створити звичайні \*.html документів з логотипом, меню і основним змістом.

```
<frameset rows="100, *, 150" >  
<frame src="logo.html" >  
<frame src="content.html" >  
<frame src="menu.html" >  
</frameset >
```

За допомогою атрибуту `rows` вказується горизонтальне розташування фрейма. Тут прописується висота кожного фрейма в пікселях (`rows="100,*, 150"`). А значок `*` вказує на те, що другий (середній) фрейм займає простір, який залишився, по висоті.

Тег `frame` визначає документи, які завантажуються у фрейми.

Фрейми можна поміняти місцями:

```
< frameset rows="100,*, 150" >  
< frame src="content.html" >  
< frame src="menu.html" >  
< frame src="logo.html" >  
< /frameset >
```

Тепер замінимо **rows** на **cols** і подивимося на результат

Зараз фрейми розмістилися не по горизонталі, а по вертикалі.

Значить, атрибут `rows` відповідає за горизонтальне розташування фреймів, `cols` – за вертикальне.

Спробуємо розмістити фрейми в іншому порядку.

```
< frameset rows="100,*" >  
< frame src="logo.html" >  
< /frameset >  
< frameset cols="150,*" >  
< frame src="menu.html" >  
< frame src="content.html" >  
< /frameset >
```

*Фонове зображення* – це графічний файл з невеликим малюнком, який багаторазово повторюється, заповнюючи все вікно браузера незалежно від його розмірів. Графіка, використовувана в якості фонові, задається в тезі `<BODY>`.

1. Внесіть зміни у файл `RASP.HTML`, попередньо підготувавши і зберігши в робочій папці графічний файл фонового малюнка (`FON.JPG`).

```
<HTML> <HEAD> <TITLE>Учебний файл HTML</TITLE> </HEAD> <BODY  
BACKGROUND="FON.jpg" TEXT="#330066"> <P ALIGN="CENTER">  
<FONT COLOR="#008080" SIZE="7"> <B>Розклад</B></FONT><BR> <FONT  
SIZE="6"><I> занять на вівторок</I></FONT> <BR><BR> <IMG  
SRC="CLOCK.png" ALIGN="MIDDLE"> </P> </BODY> </HTML>
```

2. Експериментуйте з фоновим малюнком Web-сторінки і виберіть оптимальний з вашої точки зору.

Побудова гіпертекстових зв'язків

Найважливішим засобом мови HTML є можливість включення в документ посилань на інші документи. Можливі посилання:

- на віддалений HTML-файл,
- на будь-яке місце в поточному HTML-документі,
- на будь-який файл, який не є HTML-документом.

В якості посилання можна використовувати будь-який текст або графіку.

### Посилання в межах одного документа

Такі посилання вимагають двох частин: мітки і самого посилання. Мітка визначає точку, на яку відбувається перехід за посиланням. Посилання використовує ім'я мітки. Посилання виділяють кольором або підкресленням залежно від того, як налаштований браузер. Для зміни кольору посилання використовуються атрибути LINK= і VLINK= тега <BODY>.

Опис посилання

```
<A HREF="#ПН">Понеділок</A>
```

Перед ім'ям мітки (ПН), що вказує, куди треба перейти за посиланням, ставиться символ #. Між символами ">" і "<" розташовується текст ("Понеділок"), на якому повинено бути проведено клацання для переходу за посиланням.

Визначимо мітку 

```
<A NAME="ПН">Понеділок</A>
```

1. Доповніть файл 5.HTML описом таблиці, яка містить назви днів тижня, помістивши його в початок Web-сторінки.

```
... <TABLE WIDTH=100%> <TR> <TD>Понеділок</TD>  
<TD>Вівторок</TD> <TD>Середа</TD> <TD>Четвер</TD>  
<TD>П'ятниця</TD> </TR> </TABLE> <BR> ...
```

2. Вставте в файл 5.HTML мітку, яка вказує на понеділок.

```
... <FONT COLOR="BLUE" SIZE="4" FACE="COURIER"><B> <A  
NAME="ПН">Понеділок</A></B></FONT><BR> ...
```

3. Вставте в таблицю з назвами днів тижня посилання для обраної мітки:

```
... <TABLE WIDTH=100%> <TR> <TD><A  
HREF="#ПН">Понеділок</A></TD>  
<TD>Вівторок</TD>  
<TD>Середа</TD> ...
```

4. Створіть таблиці розкладів для інших днів тижня.
5. Збережіть файл 5.HTML в особистій робочій папці.
6. Перегляньте отриману Web-сторінку.

## САМОСТІЙНА РОБОТА

1. Що розуміють під електронною комерцією (ЕК): а) перетворення бізнес-процесів за допомогою Internet-технологій; б) концентровану систему з використання усіх можливостей інформаційних мереж для ведення прибуткового бізнесу; в) різновид ділової активності, у якій комерційна взаємодія суб'єктів з приводу купівлі-продажу товарів та послуг здійснюється за допомогою інформаційних мереж; г) електронний обмін діловими документами (замовлення на покупку, котирування, накладні, рахунки-фактури тощо) між комп'ютерними програмами різноманітних компаній у стандартизованій формі.

2. Які основні відмінності електронної торгівлі від традиційної: а) використання електронного документообігу; б) комерційна взаємодія сторін здійснюється електронним способом, в результаті чого право власності передається від одного суб'єкта іншому; в) використання технічних можливостей інформаційних мереж (Internet, мережі стільникового зв'язку, внутрішньої локальної мережі установ; г) використання специфічних за видом та змістом документів.

3. TCP/IP – це: а) найпоширеніший протокол передавання відеоданих у локальних мережах; б) інструкції з користування ПЕОМ у локальних та глобальних мережах; в) протокол, згідно з яким WWW-документи передаються з сервера до браузера на комп'ютер користувача; г) група стандартних протоколів для обміну даними між комп'ютерами в Internet.

4. Що таке Web-сторінка: а) документ у будь-якому текстовому форматі, що може містити зображення, невеликі програми; б) HTML-файл, який можна відобразити у вікні програми-браузера та може містити тексти, зображення, програми на мові Java та інші Web-елементи; в) документ у будь-якому текстовому форматі, який можна відобразити у вікні програми-браузера та може містити зображення, невеликі програми; г) кодова сторінка для кирилиці у Windows.

5. Основними інструментами пошуку інформації в мережі Internet є: а) інтерактивні чати, телеконференції, списки розсилки; б) провайдери, мейнфрейми, сервери; в) пошукові машини, каталоги, пошукові сайти; г) опитування, анкетування відвідувачів сайтів.

6. Які характерні риси притаманні торговим Internet-системам (TIS): а) замовлення на товар та ознайомлення з ним робиться через мережу Internet, а обробка замовлення, виставлення і оплата рахунків за товар здійснюється традиційним шляхом; б) повна автоматизація системи обробки замовлень, завдяки чому можна працювати індивідуально з кожним зареєстрованим клієнтом; в) повна автоматизація системи обробки замовлень та додаткова інтеграція в систему внутрішнього документообігу; г) це Web-сайти, які містять значну кількість електронних крамниць та каталогів, об'єднаних загальним місцем розташування та використанням єдиного механізму реєстрації та оплати.

7. Яка інформація обов'язково повинна бути вказана у картці реєстрації покупця Internet-магазину: а) прізвище, ім'я, по батькові, пошта і (або)

електронна адреса, особистий пароль; б) прізвище, ім'я, по батькові, номер і серія паспорта, дата і місце його видачі, ідентифікаційний код; в) прізвище, ім'я, по батькові, дата і місце народження, сімейний стан; г) прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання, номер та PIN-код платіжної картки.

8. Яка форма оплати не застосовується у Internet-магазинах: а) оплата банківським чеком; б) оплата банківським переказом; в) оплата поштовим (телеграфним) переказом; г) оплата кур'єрові готівкою.

9. Що таке електронний аукціон: а) це сайт в категорії B2B, на якому укладаються угоди між продавцями та покупцями та здійснюється проведення фінансово-торгових трансакцій; б) це форма продажу товарів або послуг на публічних конкурентних торгах в мережі Internet за допомогою спеціального програмного забезпечення, в процесі яких встановлюється їх кінцева ціна; в) це спеціалізований Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі тощо та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців; г) це анонімний торговельний майданчик, що дозволяє виробникам здійснювати купівлю-продаж товарів на ринку реального товару з умовою негайного постачання і оплати, причому ціни значною мірою залежать від попиту і пропозиції.

10. Які товари не є придатними для віртуальної аукціонної торгівлі: а) неходові та «некондиційні» товари; б) повсякденні продукти харчування; в) колекційні товари та раритети; г) нові високотехнологічні товари.

11. В чому полягають характерні особливості подвійного аукціону: а) ставки робляться протягом встановленого часу. Переможцем є той, хто пропонує максимальну ціну, проте товар або послуга фактично купуються за ціною, що перевищує максимальну; б) всі покупці одночасно (переважно в письмовій формі) пропонують ціну на товар, не знаючи при цьому пропозиції конкурентів. Переможцем торгів визнається покупець, що назвав найвищу ціну; в) продавець встановлює початкову ціну, покупці в процесі торгу називають ціни вищі від стартової, знаючи про пропозиції один одного; г) пропозиції надходять одночасно від продавця і покупця, в процесі чого встановлюється рівноважна ціна.

12. Електронна візитна картка фірми – це: а) спеціалізована фірма з виявлення та фінансування фінансової, технічної, організаційної, юридичної підтримки Internet-проектів; б) анонімний торговельний майданчик, що дозволяє виробникам здійснювати купівлю-продаж товарів на ринку реального товару з умовою негайного постачання і оплати; в) Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі тощо та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців; г) кілька WWW-сторінок, що містять інформацію про компанію та її діяльність, спрямованих на ознайомлення потенційних клієнтів з продукцією та послугами компанії.

13. З чим найчастіше пов'язані ризики учасників-покупців електронного торговельного майданчика: а) відповідність ринкових цін; відповідність продукції; доступ до післяпродажного обслуговування; б) збільшення конкуренції; ускладнення логістичних схем; контроль механізму

ціноутворення; в) безкоштовний доступ до мережі Internet; платоспроможність; невисокі обсяги товарообороту; г) простота реєстрації на сайті; швидкість контенту; можливість надання знижок.

14. Які організаційні структури не функціонують у складі бізнес-порталів: а) електронні торговельні майданчики; б) електронні магазини; в) електронні аукціони; 34 г) електронні платіжні системи.

15. Платіжна система в Internet – це: а) система з обробки замовлень клієнтів Internet з усіма стандартними атрибутами (вибір товарів, допродажне обслуговування, розрахунок за відібраний товар); б) клірингова система перерахування коштів з рахунку клієнта на рахунок провайдера; в) система проведення розрахунків між фінансовими установами, бізнес-організаціями та Internet-користувачами в процесі купівлі-продажу товарів та послуг через Internet; г) комплекс фінансових та технологічних засобів для обслуговування банківських карток певного типу.

16. Банк-екеаєр, який бере участь у проведенні платежів за допомогою кредитних карток, – це: а) банк, у якому знаходиться розрахунковий рахунок покупця; б) банк, що обслуговує продавця; в) банк, який займається моніторингом кредитних платіжних систем; г) банк, який існує тільки в мережі Internet та функціонує завдяки мінімізації своїх витрат.

17. Якої із перелічених дебетових електронних платіжних систем не існує: а) Webmoney Transfer; б) Webconsumer; в) Cyberplat; г) DigiCash.

18. Система електронного страхування в режимі «он-лайн» містить в собі операції: а) розрахунок вартості; б) заповнення заяви на страхування; в) оплата послуг; г) правильними є всі відповіді.

19. Internet-трейдинг – це: а) система надання банківських послуг клієнтам, що забезпечує можливість здійснення стандартних банківських операцій через мережу Internet; б) форма ліцензування, за якою продавець пропонує споживачу власну торгову марку, документацію і технологію виробничого процесу та надає консультації інформаційно-консультаційних технологій; в) спосіб вивчення діяльності господарських суб'єктів (зокрема конкурентів) з метою використання їх позитивного досвіду у власній роботі; 35 г) послуги, що надаються інвестиційним посередником (банком або брокерською компанією) і дозволяють клієнту здійснювати купівлю-продаж цінних паперів та валюти через мережу Internet.

20. Які об'єкти не є складовими туристичного продукту у сфері електронної торгівлі? а) Об'єднані за метою тури (оздоровчі, пізнавальні тощо). б) Туристично-екскурсійні послуги. в) Реклама туристичних послуг. г) Сувеніри та товари туристичного призначення.

21. Internet-реклама – це: а) Поєднання традиційної іміджевої реклами з поширенням інформації і продажів через глобальну мережу Internet. б) Реклама мережі Internet різноманітними можливими засобами і прийомами. в) Конвергенція брендингу, поширення інформації та продажів г) Соціальний та управлінський процес, спрямований на задоволення потреб споживачів у мережі Internet при створенні пропозиції та обміну товарів і послуг за допомогою інформаційних комп'ютерних технологій.



22. Які недоліки притаманні банерній рекламі? а) Негативне ставлення користувачів до сторінок, багатих на банери. б) Складність самостійного створення і оформлення банера в) Невеликий розмір цільової аудиторії. г) Правильні відповіді 1 і 2.

23. Демонстрація реклами чітко визначеній Internet-аудиторії – це: а) Трекінг. б) Таргетинг. в) Процесинг. г) Емуляція.

24. Який різновид шахрайства щодо комерційної інформації найбільш поширений в мережі Internet? а) Крадіжка ідентифікаційної інформації, коли зловмисники збирають персональні дані про користувачів та замовляють банківські картки під викраденими іменами б) Генерація номерів банківських карток за допомогою програмного забезпечення і використання їх як справжніх. в) Навмисне пошкодження програмного інтерфейсу електронних магазинів. г) Викрадення кредитних карток у реальному світі та використання для он-лайнних покупок.

25. Сукупність чисел, з якою комбінується зрозуміла інформація шляхом використання криптографічного алгоритму з метою одержання незв'язного зашифрованого тексту, – це: а) Електронний цифровий підпис. б) Стандарт безпеки. в) Електронний ключ. г) Цифровий сертифікат.

26. Скільки існує класів цифрових сертифікатів залежно від ступеня верифікації (довіри) до його власника? а) Три. б) Чотири. в) Сім. г) Десять.

27. Якого напрямку оцінки ефективності електронної комерції не існує? а) Економічного. б) Організаційного. в) Маркетингового. г) Управлінського.

28. До експлуатаційних витрат при визначенні ефективності Internet ресурсу належать: а) Заробітна плата персоналу обслуговування, вартість необхідного устаткування. б) Вартість програмних засобів, вкладення в установлення ліній зв'язку та інше устаткування. в) Плата за доменне ім'я, оплата послуг провайдера за надання доступу до Internet. г) Правильними є всі відповіді.

29. Ефективність банерної реклами визначається як: а) Відношення кількості відвідувачів сторінки, на якій розміщений банер, до загальної кількості відвідувачів сервера. б) Відношення кількості відвідувачів сторінки, на якій розміщений банер, до кількості відвідувачів, які «клікнули» банер. в) Відношення обсягів продажу товарів через електронний магазин до і після розміщення банера. г) Відношення кількості відвідувачів сайта до і після розміщення банера.

30. Основними завданнями щодо розвитку національної складової мережі Internet на сучасному етапі виступають: а) Розвиток і впровадження сучасних інформаційних комп'ютерних технологій у систему державного управління, фінансову сферу, підприємницьку діяльність. б) Гарантування інформаційної безпеки держави. в) Створення умов для підприємницької діяльності та конкуренції у сфері використання каналів електронного зв'язку. г) Правильними є всі відповіді.

31. Які функції характерні для сфери (категорії) B2C? а) Комерційна взаємодія між бізнесовими компаніями (підприємствами) щодо здійснення оптових закупівель та поставок товарів. б) Комерційна взаємодія між

електронним магазином та покупцем. в) Ділові зв'язки комерційних структур з державними організаціями. г) Організація взаємодії державних структур між споживачами та державними структурами.

32. Які існують типи електронної комерції? а) Фірмова торгівля, збут продукції через посередницьку мережу. б) Розширення аудиторії, підтримка існуючого бізнесу, створення нового бізнесу. в) Оптова і роздрібна торгівля. г) Торгівля інформацією та торгівля товарами і послугами.

33. Вкажіть найповніший перелік служб мережі Internet: а) E-mail, трансляція новин, редагування повідомлень у текстових редакторах. б) Електронна пошта, чат, система телеконференцій. в) Гіпермедіа, браузер, FTP. г) Списки розсилання, NetBios, off-line.

34. Браузер – це: а) Програма, призначена для перегляду Web-сторінок. б) Програмне забезпечення, призначене для роботи з електронною поштою і телеконференціями. в) Програма, призначена для створення Web-сторінок. г) Комп'ютер, який відповідає за зберігання та видачу Web-сторінок.

35. З яких частин складаються доменні імена Internet-ресурсів? а) Програмне, робоче, функціональне, місцеве імена. б) Найменування механізму, що використовується для доступу до ресурсу; ім'я машини, на якій розташований ресурс; власне ім'я ресурсу. в) Географічна зона, організаційна зона, власне ім'я, функціональне ім'я. г) Верхній рівень, TCP, IP, ім'я комунікаційної мережі.

36. У якому із варіантів відповіді правильно відображено склад та послідовність етапів обробки замовлення в Internet-магазинах? а) Перевірка наявності товарів та їх резервування, запит до платіжної системи, оформлення замовлення на доставку товарів. б) Перегляд товарного каталогу, відбір товарів, реєстрація покупця. в) Ознайомлення із зображенням та описом товарів, збір маркетингової інформації, доставка товарів. г) Заповнення покупцем спеціального формуляра з автобіографічними даними, оплата та доставка відібраного товару.

37. Що таке електронний мол? а) Це сайт в категорії B2B, на якому укладаються угоди між продавцями та покупцями та здійснюється проведення фінансово-торгових трансакцій. б) Це кілька WWW-сторінок, що містять інформацію про компанію та її діяльність, спрямованих на ознайомлення потенційних клієнтів з продукцією та послугами компанії. в) Це потужний Web-сайт з функціями комплексної системи, що надає повний спектр послуг для ведення бізнесу в мережі багатьом клієнтам (як корпоративним, так і індивідуальним підприємцям). г) Це сайт, який містить значну кількість електронних крамниць та каталогів, об'єднаних загальним місцем розташування, що спільно виконують додаткові функції з єдиним механізмом реєстрації та оплати при доступі до усіх представлених на сайті комерційних структур і підключенням одного або кількох банків.

38. Яка інформація надається відвідувачем при повторному та подальших відвідуваннях електронного магазину? а) Прізвище, ім'я, по батькові, поштова і (або) електронна адреса, телефон. б) Прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання, номер та PIN-код платіжної картки. в) Логін (нік)

відвідувача та назва населеного пункту, в якому він проживає. г) Адреса електронної пошти та пароль.

39. До якого моменту ведеться торг за визначеним лотом на Internet-аукціоні? а) Протягом визначеного правилами аукціону терміну з моменту виставлення товару на торг або до моменту досягнення визначеної продавцем оптимальної ціни. б) Поки у торзі за визначеним лотом не візьме участь певна кількість учасників, яка визначена правилами аукціону і продавець товару сам не обере покупця. в) Протягом однієї доби з моменту виставлення товару на торг або протягом 12 годин при виставленні на продаж швидкопсувних товарів. г) Протягом визначеного правилами аукціону терміну з моменту реєстрації першого учасника торгів або до моменту досягнення ціни, яка більша від стартової не менш ніж на 50 %.

40. Хто надає інформацію про виставлений на торг товар на електронному аукціоні? а) Торгова система електронного аукціону. б) Продавець. в) Продавець на вимогу покупця. г) Бюро товарних експертиз регіону, в Internet-просторі якого зареєстрований аукціон.

41. Який спосіб мінімізації ризику учасників є найпоширенішим та найдоступнішим на Internet-аукціонах? а) Страхування від моральних та матеріальних збитків. б) Криптографічний захист інформації за допомогою ключів (кодів), відомих тільки постійним учасникам. в) Встановлення системи рейтингових оцінок. г) Встановлення спеціальних інформаційних шлюзів, які дають можливість переглядати інформацію про товар тільки повнолітнім.

42. Електронні торговельні майданчики – це: а) Форма продажу товарів або послуг на публічних конкурентних торгах в мережі Internet за допомогою спеціального програмного забезпечення, в процесі якої встановлюється їх кінцева ціна. б) Сайти в категорії B2B, на яких укладаються угоди між продавцями та покупцями та здійснюється проведення фінансово-торгових трансакцій. в) Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі тощо та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців. г) Спеціалізована фірма з виявлення та фінансування фінансової, технічної, організаційної, юридичної підтримки Internet-проектів.

43. Як класифікуються електронні торговельні майданчики за ознакою створення та належності? а) Створені продавцями, створені покупцями, створені третьою стороною. б) Створені провайдерами, створені сертифікаційними центрами, створені корпоративними клієнтами. в) Створені модераторами, створені процесинговими центрами, створені партнерськими програмами. г) Створені виробниками, створені посередниками, створені державними організаціями.

44. Які служби не функціонують у складі бізнес-порталів? а) Поштові сервери. б) Списки розсилки. в) Тематичні телеконференції. г) Електронні пейджери (типу ICQ).

45. З кредитними картками працюють: а) Готівкові системи платежів. б) Безготівкові системи платежів. в) Кредитні системи платежів. г) Дебетові системи платежів.

46. Процес, протягом якого перевіряється дійсність користувача та законність його роботи, – це: а) Авторизація. б) Автентифікація. в) Асиміляція. г) Апробація.

47. Електронні чеки належать до систем, що базуються на: а) Механізмі управління рахунком. б) Основі електронних сертифікатів. в) Механізмі управління рахунком і на основі електронних сертифікатів. г) Немає правильної відповіді.

48. Якими характерними рисами володіє інформаційний продукт порівняно з іншими товарами в сфері електронної комерції? а) Може використовуватися одночасно кількома користувачами. б) Якість продукту має сильний вплив на систему управління ресурсом. в) Підлягає тільки моральному зношенню. г) Правильними є всі відповіді.

49. Які типи брокерів не притаманні сучасному Internet-трейдингу? а) Оф-лайн брокер. б) Он-лайн брокер. в) Класичний брокер. г) Дисконтний брокер.

50. Системи, призначені для бронювання турів за рахунок доступу до внутрішньої бази туроператора на основі офлайнового договору, – це: а) Глобальні системи резервування (GDS). б) Корпоративні системи бронювання (КСБ). в) Каталоги турів. г) Електронні журнали-путівники.

51. Основними недоліками використання Internet-реклами є: а) Низький рівень популярності серед споживачів. б) Досить високий рівень складності. в) Обмежена швидкість каналів зв'язку. г) Висока вартість.

52. Небажане рекламне повідомлення, яке розсилається електронною поштою в особисті поштові скриньки або телеконференції, – це: а) Пряме поштове розсилання (direct-mail). б) Контекстна реклама. в) Спам. г) Бренд.

53. Основними методами банерної реклами є: а) Використання списків розсилання. б) Перевірка індексації сторінок. в) Використання банерних систем. г) Самостійна реєстрація банерів.

54. Яким вимогам щодо збереження інформації повинні відповідати сучасні криптографічні методи? а) Конфіденційність інформації. б) Цілісність інформації. в) Автентифікація відправників та одержувачів інформації. г) Правильними є всі відповіді.

55. Що таке асиметричне шифрування? а) Це схема шифрування, що базується на концепції ключової пари, при якій дані, зашифровані будь-яким ключем з пари, можуть бути розшифровані тільки іншим ключем з цієї пари. б) Це схема шифрування, у якій відправник і одержувач інформації володіють однаковим ключем, за допомогою якої обидва можуть зашифрувати і розшифрувати інформацію. в) Це механізм кодування даних з обов'язковим створенням відправником і одержувачем інформації дайджестів повідомлення. г) Це схема шифрування, у якій застосовується технологія WAP (Wireless Applications Protocol).

56. Які засоби захисту інформації застосовуються для забезпечення захисту у платіжних системах на основі платіжних карток? а) Антивірусна програма Kaspersky Anti-Hacker. б) Протокол SSL. в) Протокол SET. г) Мережеві черв'яки та троянські програми.

*Виробничо-практичне видання*

## **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

до організації самостійної роботи,  
проведення практичних завдань  
з навчальної дисципліни

# **«Електронна комерція»**

*(для студентів усіх форм навчання  
за напрямом підготовки 6.030601 – Менеджмент)*

Укладач **КОЛОНТАЄВСЬКИЙ** Олег Петрович

Відповідальний за випуск: *М. М. Новікова*

*За авторською редакцією*

Комп'ютерне верстання: *О. П. Колонтаєвський*

План 2017, поз. 369М

---

Підп. до друку 13.04.2018. Формат 60 × 84/16.

Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 1,7.

Тираж 50 пр. Зам. № .

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: [rektorat@kname.edu.ua](mailto:rektorat@kname.edu.ua)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК №5328 від 11.04.2017.