МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»

Факультет/інститут економічний

Кафедра економічної кібернетики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронна комерція

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 27 серпня 2020 р.

м. Івано-Франківськ – 2020 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання та компетентності
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Електронна комерція
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Викладач (-і)	к.е.н. Судук Н.В.
Контактний телефон викладача	+38(097)2280838
E-mail викладача	**nsuduk@pnu.edu.ua**
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити КТS
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=97&id_cou=2696
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу консультацій

2. Анотація до курсу

Знання та вміння, набуті при вивченні предмету можуть бути плідно використані при впровадженні та застосуванні технології електронної комерції з метою підвищення ефективності складних економічних процесів на підприємстві та створення стратегічних конкурентних переваг для підприємства. Ознайомлення з основними принципами функціонування електронного бізнесу, вивчення і класифікація моделей електронної комерції B2B, B2C, G2B, G2C, розгляд Інтернет-банкінгу, Інтернет-трейдингу, Інтернет-страхування, Інтернет-маркетингу, визначення способів оплати електронних замовлень, вивчення систем електронного документоообігу в електронній комерції, розгляд методів та основних напрямів оцінки ефективності електронної комерції.

3. Мета та цілі курсу

Формування у майбутніх спеціалістів теоретичних знань і практичних навичок щодо виконання ділових операцій та угод із використанням електронних засобів обробки інформації та всесвітньої мережі Інтернет для забезпечення більшої ефективності майбутньої підприємницької і професійної діяльності.

4. Компетентності та результати навчання

Програмні компетентності

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також

програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу - 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	20
Семінари	20
Самостійна робота	50

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
VII	075 Маркетинг	Четвертий	Вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Електронна комерція в інформаційному просторі. Історія розвитку електронного бізнесу та комерції. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції. Принципи функціонування електронного бізнесу. Сфери поширення та рівні електронної комерції. Тенденції розвитку електронного ринку Інтернет. Економічні вигоди учасників та ключові проблеми електронної комерції.	Лекція, семінарське заняття	[3-6,15]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
Тема 2. Моделі електронної комерції. Основні моделі електронної комерції. Системи електронної комерції G2C та G2B.	Лекція, семінарське заняття	[3-7]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Електронна комерція B2B. Основні процеси здійснення електронної торгівлі в секторі B2B. Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B. Електронні	Лекція, семінарське заняття	[3-6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом

торгівельні майданчики. Інтернет-інкубатори.					
Тема 4. Електронна комерція B2C. Системи електронної комерції B2C. Інтернет-магазини. Структура веб-сайта Інтернет-магазину.	Лекція, семінарське заняття	[3-6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
Тема 5. Інтернет-акціони. Модель аукціонів. Особливості Інтернет-аукціонів. Організаційне забезпечення Інтернет-аукціонів.	Лекція, семінарське заняття	[3-5,8]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
Тема 6. Системи платежів для електронної комерція та забезпечення їх захисту. Особливості електронної платіжної системи. Кредитні електронні платіжні системи. Дебетові системи електронних платежів. Забезпечення захисту в платіжних системах Інтернет.	Лекція, семінарське заняття	[3-5,16]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Інтернет-маркетинг. Інтернет-маркетинг та сайтопромоутінг. Інтернет-реклама. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація. Банерна реклама. E-mail реклама. Вірусний маркетинг. Спонсорські програми та показники ефективності Інтернет реклами.	Лекція, семінарське заняття	[1-5, 11,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,2	До наступного заняття за розкладом
Тема 8. Організація надання послуг в електронній комерції. Особливості послуг в електронній комерції. Інтернет-трейдинг. Інтернет-банкінг. Інтернет-страхування. Туристичні послуги в Інтернет. Дистанційне навчання.	Лекція, семінарське заняття	[3-5, 9,10,14]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом

Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції. Нормативно-правове забезпечення електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Методи визначення ефективності електронної комерції. Напрями оцінки ефективності електронної комерції.	Лекція, семінарське заняття	[3-5, 13,15]	Опрацювати лекційний матеріал, Підготуватися до підсумкові контрольної роботи	0,1	До наступного заняття за розкладом
Підсумкове практичне заняття	Семінарське заняття		Контрольна робота		Згідно розкладу

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	**100 бальна – 100** балів протягом семестру. **“відмінно”** – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки;вільно володіє науковими термінами; **“добре”** – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках; **“задовільно”** – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки; **“незадовільно”** – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.
Вимоги до письмової роботи	Відповідно до навчального плану, студент виконує одну контрольну роботу, яка є допуском до складання іспиту. Головна мета її – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. При розв’язанні задач студент має детально вказувати, яким саме був хід його роздумів, якими формулами він користувався.
Семінарські заняття	Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і навчальну практику з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за практичне заняття враховується при виставлення підсумкової оцінки з дисципліни.
Умови	– оцінка за поточне тестування (20 балів);

допуску до підсумковог о контролю	– оцінка за відповіді на всі основні та додаткові запитання під час аудиторних занять (40 балів); – оцінка за контрольну роботу (25 балів); – оцінка за самостійну роботу (15 балів).

7. Політика курсу

Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).

Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації».

Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (співбесіда, реферат тощо).

Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій Поточні „2”, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.

8. Рекомендована література

Базова

1. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: ПідручникК.: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
3. Пістунов І.М., Кочура Є.В. Безпека електронної комерції: навчальний посібник. Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. 125 с.
4. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
5. Шалева О.І. Електронна комерція: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

Допоміжна

6. Буй Т.Г. Гаврилів І.Я. Розвиток електронної комерції як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2015. Т. 172. С. 8-14.
7. Василичев Д.В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 32. С. 287-292.
8. Демків Х.С. Класифікація предметів колекціонування на інтернет-аукціонах в Україні. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2014. № 3. С. 49-55.
9. Єсіна О.Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1. С. 209-213.
10. Жувагіна І.О. Філіпішина Л.М. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспетиви сучасності. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2016. Вип. 1(1). С. 359-362.
11. Ляшенко Г.П., Моткалюк Р.В. Інтернет-маркетинг та його інструменти. Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право).2013. № 3. С. 59-65.
12. Присакар І.І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу. Бізнес Інформ. 2015. №12. С. 333-339.

13. Рєзнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2015. № 2. С. 58-72.

14. Ситник І.П., Кеба А.А. Актуальні питання й перспективи розвитку інтернет-трейдингу та його платіжних систем в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 7(3). С. 86-89.

15. Ховрак І.В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. Економіка. Фінанси. Право. 2013. № 4. С. 16-20.

16. Черномор В.О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції. Фінансовий простір. 2015. № 1. С. 283-291.

Викладач Судук Н.В.