

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

Економічний факультет

Кафедра економічної кібернетики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Електронна комерція**

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Спеціальність 073 Менеджмент

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від 27 серпня 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019 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

<b>1. Загальна інформація</b>			
<b>Назва дисципліни</b>	Електронна комерція		
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)		
<b>Викладач (-і)</b>	к.е.н. Судук Н.В.		
<b>Контактний телефон викладача</b>	+38(097)2280838		
<b>Е-mail викладача</b>	nsuduk@pnu.edu.ua		
<b>Формат дисципліни</b>	Очний, заочний		
<b>Обсяг дисципліни</b>	3 кредити KTS, 90 годин		
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id_cat=97&amp;id_cou=2696">http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id_cat=97&amp;id_cou=2696</a>		
<b>Консультації</b>	Очні консультації: згідно розкладу консультацій		
<b>2. Анотація до курсу</b>			
<p>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 документообігу в електронній комерції, розгляд методів та основних напрямів оцінки ефективності електронної комерції.</p>			
<b>3. Мета та цілі курсу</b>			
<p>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.</p>			
<b>4. Програмні результати навчання</b>			
<b>Програмні компетентності</b>			
<p><b>ІК.</b> Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.</p> <p><b>ЗК 8.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>СК 8.</b> Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.</p> <p><b>СК 11.</b> Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p>			
<b>Результати навчання</b>			
<p><b>ПРН 6.</b> Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.</p> <p><b>ПРН 9.</b> Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.</p> <p><b>ПРН 11.</b> Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</p>			
<b>5. Організація навчання курсу</b>			
Обсяг курсу - 90 год., залік			
Вид заняття		Загальна кількість годин	
Лекції		12	
Семінари		18	
Самостійна робота		60	
<b>Ознаки курсу</b>			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибіркового
7	073 Менеджмент	Четвертий	Вибірковий
<b>Тематика курсу</b>			

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
<p><b>Тема 1. Електронна комерція в інформаційному просторі.</b>  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.</p>	Лекція, семінарське заняття	[3-6,10]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
<p><b>Тема 2. Моделі електронної комерції.</b>  Основні моделі електронної комерції. Системи електронної комерції G2C та G2B.</p>	Лекція, семінарське заняття	[3-7]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
<p><b>Тема 3. Електронна комерція B2B.</b> Основні процеси здійснення електронної торгівлі в секторі B2B. Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B. Електронні торговельні майданчики. Інтернет-інкубатори.</p>	Лекція, семінарське заняття	[3-6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
<p><b>Тема 4. Електронна комерція B2C.</b> Системи електронної комерції B2C. Інтернет-магазини. Структура веб-сайта Інтернет-магазину.</p>	Лекція, семінарське заняття	[3-6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
<p><b>Тема 5. Інтернет-акціони.</b>  Модель аукціонів. Особливості Інтернет-аукціонів. Організаційне забезпечення Інтернет-аукціонів.</p>	Лекція, семінарське заняття	[3-5,8]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом

<b>Тема 6. Системи платежів для електронної комерції та забезпечення їх захисту.</b> Особливості електронної платіжної системи. Кредитні електронні платіжні системи. Дебетові системи електронних платежів. Забезпечення захисту в платіжних системах Інтернет.	Лекція, семінарське заняття	[3-5,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
<b>Тема 7. Інтернет-маркетинг.</b> 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, 10,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,2	До наступного заняття за розкладом
<b>Тема 8. Організація надання послуг в електронній комерції.</b> Особливості послуг в електронній комерції. Інтернет-трейдинг. Інтернет-банкінг. Інтернет-страхування. Туристичні послуги в Інтернет. Дистанційне навчання.	Лекція, семінарське заняття	[3-5, 9,10,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	0,1	До наступного заняття за розкладом
<b>Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.</b> 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, 12]	Опрацювати лекційний матеріал, Підготуватися до підсумкові контрольної роботи	0,1	До наступного заняття за розкладом
<b>Підсумкове практичне заняття</b>	Семінарське заняття		Контрольна робота		Згідно розкладу
<b>6. Система оцінювання курсу</b>					

<p>Загальна система оцінювання курсу</p>	<p><b>100 бальна – 100 балів</b> протягом семестру.</p> <p><b>“відмінно”</b> – 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;</p> <p><b>“добре”</b> – 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;</p> <p><b>“задовільно”</b> – 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;</p> <p><b>“незадовільно”</b> – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>
<p>Вимоги до письмової роботи</p>	<p>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.</p>
<p>Семінарські заняття</p>	<p>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 виставленні підсумкової оцінки з дисципліни.</p>
<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Студент повинен набрати не менше 50 балів у сумі за три змістові блоки: Поточний контроль (1-80 балів). Самостійна робота (1-10 балів). Індивідуальне завдання (1-10 балів).</p>
<p><b>7. Політика курсу</b></p>	
<p>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).</p> <p>Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;</p> <p>Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації».</p> <p>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).</p> <p>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.</p>	
<p><b>8. Рекомендована література</b></p>	

### **Базова**

1. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: Підручник К.: 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. Демків Х.С. Класифікація предметів колекціонування на інтернет-аукціонах в Україні. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2014. № 3. С. 49-55.
8. Єсіна О.Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1. С. 209-213.
9. 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.
10. Присакар І.І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу. Бізнес Інформ. 2015. №12. С. 333-339.
11. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2015. № 2. С. 58-72.
12. Ховрак І.В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. Економіка. Фінанси. Право. 2013. № 4. С. 16-20.

Викладач Судук Н.В.