

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

073 Менеджмент

075 Маркетинг

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 3 від “ 23” листопада 2023 р.

м. Івано-Франківськ – 2023 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Електронна комерція
Викладач (і)	К.е.н., доц. Судук Наталія Василівна
Контактний телефон викладача	0972280838
E-mail викладача	nataliia.suduk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/dafb63803a570e6185f8
Консультації	Графік консультацій – Кафедра менеджменту і маркетингу (pnu.edu.ua)

2. Анотація до навчальної дисципліни

Дисципліна «Електронна комерція» спрямована на формування у студентів 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.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою викладання даної дисципліни є формування системи знань про основні принципи функціонування електронного бізнесу, моделі електронної комерції B2B, B2C, G2B, G2C, Інтернет-банкінг, Інтернет-трейдинг, Інтернет-страхування, Інтернет-маркетинг, способи оплати електронних замовлень, системи електронного документообігу в електронній комерції, методи та основні напрями оцінки ефективності електронної комерції.

4. Програмні компетентності та результати навчання

073 Менеджмент

Програмні компетентності:

ІК. 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.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

Програмні результати навчання

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

- ПРН12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.
- ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації.
- ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

075 Маркетинг

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.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані (фахові) знання предметної області маркетингу.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК 10. 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

ПРН 5. 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

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	20
Семінарські заняття / практичні / лабораторні	20
Самостійна робота	50

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	075 Маркетинг	4	вибірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	Лекції	Заняття	сам. роб
Тема 1. Електронна комерція в інформаційному просторі	2	2	5
Тема 2. Моделі електронної комерції	2	2	5
Тема 3. Електронна комерція B2B	2	2	5
Тема 4. Електронна комерція B2C	2	2	5
Тема 5. Інтернет-акціони	2	2	5
Тема 6. Організація надання послуг в електронній комерції	2	2	5
Тема 7. Інтернет-маркетинг	2	2	5
Тема 8. Бізнес-планування в електронній комерції	2	2	5
Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції	2	2	5
Тема 10. Ефективність електронної комерції	2	2	5
ЗАГ.:	20	20	50

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та семінарські заняття. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.</p> <p>Оцінка студента формується таким чином: Залік (100 балів): 70 балів – усне опитування</p>
---	--

	20 балів – презентація аналізу роботи Інтернет-магазину 10 балів – контроль самостійної роботи (тестування)
Вимоги до письмових робіт	Письмові (індивідуальні чи творчі завдання) повинні бути підготовлені самостійно. У групі не допускається повторення презентаційних робіт.
Семінарські заняття	Опитування на семінарських заняття проходить у формі усної відповіді. За семінарські заняття можна накопичити 60 балів зі 100 можливих за семестр.
Умови допуску до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – Залік. Предмет вважається зарахованим у разі накопичення 50 і більше балів. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у певні мірі кожен вид завдань. Бал за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання).
Підсумковий контроль	Підсумковий контроль – Залік. Підсумковий бал виставляється на останньому практичному занятті. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у певні мірі кожен вид завдань. Бал за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання).

7. Політика навчальної дисципліни

<p>Письмові роботи: Письмові роботи (у т.ч. контрольні, самостійні роботи; індивідуальні, творчі завдання), повинні бути підготовлені самостійно та демонструвати результати власних досягнень студента.</p> <p>Академічна доброчесність: Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету: Академічна доброчесність – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (pnu.edu.ua)</p> <p>Відвідування занять: Відвідування занять є обов’язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом. Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується 02-07.27-Положення-про-порядок-організації.pdf (pnu.edu.ua)</p> <p>Неформальна освіта:</p>
--

8. Рекомендована література

1. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
2. 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.
3. 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.
4. Демків Х. С. Класифікація предметів колекціонування на інтернет-аукціонах в Україні. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2014. № 3. С. 49-55.
5. Єсіна О. Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1. С. 209-213.
6. Жувагіна І. О., Філіпішина Л. М. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспективи сучасності. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2016. Вип. 1(1). С. 359-362.
7. Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
8. 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.
9. Пістунов І. М., Кочура Є. В. Безпека електронної комерції: навчальний посібник; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. 125 с.
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. 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.
13. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 244 с.
14. Ховрак І. В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. Економіка. Фінанси. Право. 2013. № 4. С. 16-20.
15. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції. Фінансовий простір. 2015. № 1. С. 283-291.
16. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.