

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

Факультет/інститут економічний

Кафедра економічної кібернетики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронна комерція

Освітня програма Економічна кібернетика

Спеціальність 051 Економіка

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 29 серпня 2019 р.

ЗМІСТ

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

1. Загальна інформація						
Назва дисципліни	Електронна комерція					
Викладач (-і)	к.е.н. Судук Н.В.					
Контактний телефон викладача	+38(097)2280838					
E-mail викладача	nataliia.suduk@pnu.edu.ua					
Формат дисципліни	Очний					
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS					
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=97&id_cou=2723					
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу консультацій					
2. Анотація до курсу						
<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>						
3. Мета та цілі курсу						
<p>Формування у майбутніх спеціалістів теоретичних знань і практичних навичок щодо виконання ділових операцій та угод із використанням електронних засобів обробки інформації та всевітньої мережі Інтернет для забезпечення більшої ефективності майбутньої підприємницької і професійної діяльності.</p>						
4. Результати навчання (компетентності)						
<ul style="list-style-type: none"> – здатність оцінювати інформаційні потреби користувачів, якість економічної інформації; – застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати; – демонструвати вміння абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів; – здатність ефективно застосовувати різноманітні технології, методи та прийоми на всіх етапах інформаційно-комунікаційного процесу в сфері економіки; – вміння творчо, нестандартно, продуктивно мислити. 						
5. Організація навчання курсу						
Обсяг курсу - 90 год.						
Вид заняття			Загальна кількість годин			
Лекції			16			
Практичні			14			
Самостійна робота			60			
Ознаки курсу						
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Обов'язковий / вибірковий			
I	051 Економіка	перший	обов'язковий			
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		Лекція, практичне заняття	[2,3,13,14,16]	Опрацювати лекційний матеріал,	2 бали	До наступного заняття за розкладом

<p>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>			<p>підготуватися до практичного заняття</p>		
<p>Тема 2. Моделі електронної комерції. Основні моделі електронної комерції. Системи електронної комерції G2C та G2B.</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[13,16]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>2 бали</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 3. Електронна комерція B2B. Основні процеси здійснення електронної торгівлі в секторі B2B. Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B. Електронні торгівельні майданчики. Інтернет-інкубатори.</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[13,16]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, пройти тести</p>	<p>8 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 4. Електронна комерція B2C. Системи електронної комерції B2C. Інтернет-магазини. Структура веб-сайта Інтернет-магазину.</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[13,16]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, зробити індивідуальне завдання</p>	<p>8 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 5. Інтернет-акціони. Модель аукціонів. Особливості Інтернет-аукціонів. Організаційне забезпечення Інтернет-аукціонів.</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[4,13,16]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, зробити індивідуальне завдання</p>	<p>8 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 6. Системи платежів для електронної комерції та забезпечення їх захисту. Особливості електронної платіжної системи. Кредитні електронні платіжні системи. Дебетові системи електронних платежів. Забезпечення захисту в платіжних системах</p>	<p>Лекція, практичне заняття</p>	<p>[9,13,15,16]</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>3 бали</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>

Інтернет.					
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, практичне заняття	[1,7,8,10,13,16]	Опрацювати лекційний матеріал, зробити індивідуальне завдання	8 балів	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, практичне заняття	[5,6,12,13,16]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	3 бали	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, практичне заняття	[11,16]	Опрацювати лекційний матеріал, пройти тести	8 балів	До наступного заняття за розкладом

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<p style="text-align: center;">100 балів– 50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен</p> <p>“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;</p> <p>“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;</p> <p>“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</p>
-----------------------------------	---

	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, з даного курсу не передбачено виконання контрольної роботи.
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 виставленні підсумкової оцінки з дисципліни
Умови допуску до підсумкового контролю	– оцінка за поточне тестування (10 балів); – оцінка за відповіді на всі основні та додаткові запитання під час аудиторних занять (15 балів); – оцінка за індивідуальне завдання (15 балів); – оцінка за самостійну роботу (10 балів).
7. Політика курсу	
<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>- посилення 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, семінарські та лабораторні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій Поточні „2”, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному, семінарському та лабораторному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.</p>	
8. Рекомендована література	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: Підручник. / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с. 2. Буй Т. Г. Розвиток електронної комерції як інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній / Т. Г. Буй, І. Я. Гаврилів // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. – 2015. – Т. 172. – С. 8-14. 3. Василичев Д. В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції / Д. В. Василичев. – 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 / Х. С. Демків // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2014. – № 3. – С. 49-55. 5. Єсіна О. Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 1. – С. 209-213. 6. Жувагіна І. О. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспективи сучасності / І. О. Жувагіна, Л. М. Філіпішина // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 359-362. 7. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с. 8. Ляшенко Г. П. Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г. П. Ляшенко, Р. В. Моткалюк // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). – 2013. – № 3. – С. 59-65. 	

9. Пістунов І. М. Безпека електронної комерції: навчальний посібник / І. М. Пістунов, Є. В. Кочура ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – 125 с.
10. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу / І.І. Присакар // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 333-339.
11. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні / В. Резнікова // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2015. – № 2. – С. 58-72.
12. Ситник І. П. Актуальні питання й перспективи розвитку інтернет-трейдингу та його платіжних систем в Україні / І. П. Ситник, А. А. Кеба // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 7(3). – С. 86-89.
13. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція: навчальний посібник / Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 244 с.
14. Ховрак І. В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки / І. В. Ховрак // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 4. – С. 16-20.
15. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір. – 2015. – № 1. – С. 283-291.
16. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник / О. І. Шалева. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

Викладач _____

Судук Н.В.

Підпис викладача на оригіналі документа