

«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

Шифр і назва спеціальності		Факультет / Інститут	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу
Назва освітньо-наукової програми		Кафедра	Маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)	Мова навчання	українська

ВИКЛАДАЧІ

Кобелєв Валерій Миколайович, Valerii.Kobieliev@khp.edu.ua



Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу НТУ «ХПІ».

Досвід роботи - понад 30 років.

Автор понад 120 наукових і навчально-методичних робіт, в тому числі 3 підручників і навчальних посібників з грифом МОН, 6 монографій з актуальних проблем економіки.

Провідний лектор з дисциплін: «Електронна комерція», «Електронний бізнес»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНИ

Анотація	Оволодіти знаннями теоретичних і практичних основ електронної комерції, розрізняти види електронного бізнесу, особливості формування системи електронної комерції у корпоративному секторі та системи електронної комерції у споживчому секторі. Особливу увагу приділено вивченню теорії і практики сучасної електронної комерції в Україні та закордоном.						
Цілі курсу	Сформувані у студентів чітке уявлення про електронний бізнес, та його найважливішу складову - електронну комерцію, діяльність спрямовану на вирішення завдань підприємства по розповсюдженню, продажу та збуту продукції підприємства з використанням інформаційних мереж та електронних засобів комунікації, які найбільшою мірою задовольняють потреби споживачів. Сформувані у студентів знання та навички застосування інструментів електронного бізнесу та електронної комерції для забезпечення успішної діяльності підприємства на ринку.						
Формат	Лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль - залік						
Обсяг (кредити) / Тип курсу (обов'язковий / вибірковий)	4 / Вибірковий	Лекції (години)	32	Лабораторні заняття (години)	16	Самостійна робота (години)	72
Семестр	5						
Програмні компетентності	ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.						

	<p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
Результати навчання	<p>Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
Форми та методи навчання	<p>Лекція: Використання мультимедійних засобів та опорних конспектів для проведення лекції.</p> <p>Лабораторні заняття: розв'язання типових завдань, аналіз конкретних прикладів (кейсів), заслуховування доповідей за питаннями що виносяться на самостійне вивчення.</p> <p>Поточний контроль: проведення тестів на 15-20 хвилин для оцінки розуміння студентами викладеного матеріалу.</p> <p>Захист власної роботи з використанням презентаційних матеріалів та мультимедійних засобів.</p>
Політика курсу	<p>Здобувачі зобов'язані відвідувати заняття згідно розкладу та дотримуватися етики поведінки. У разі відсутності на заняттях, здобувачам необхідно буде виконати всі завдання, щоб компенсувати пропущені заняття. Участь у практичних заняттях вимагає попередньої підготовки та завчасного опрацювання всіх необхідних матеріалів для продуктивної роботи під час заняття.</p>

Структура та зміст курсу

лекція 1	Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронного бізнесу та електронної комерції. Основні категорії і класи електронного бізнесу.	Практичне заняття 1	Основні категорії Internet, інструментарій електронного бізнесу та електронної комерції.	самостійна робота	<p>Основні категорії та інструментарій електронної комерції.</p> <p>Організація продажу товарів через Internet-аукціони.</p> <p>Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики.</p> <p>Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції</p> <p>Організація надання послуг в електронній комерції.</p> <p>Маркетинг і реклама в мережі Internet.</p> <p>Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.</p>
лекція 2	Розвиток і сфери застосування електронного бізнесу. Учасники електронного ринку. Проблеми розвитку електронного бізнесу в Україні та у світі.				
лекція 3	Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронного бізнесу. Основні категорії мережі Internet. Основні служби мережі Internet. Ідентифікація Internet-ресурсів. Особливості українського сегмента Internet.				
лекція 4	Процедура створення Web-сайту. Бізнес-моделі сайтів.	Практичне заняття 2	Безпека і захист інформації в Internet.		
лекція 5	Тема 3. Організація і технологія роботи Internet-магазину. Поняття Internet-магазину та особливості його функціонування. Класифікація Internet-магазинів. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах.				
лекція 6	Характеристика методів розрахунку за придбаний товар. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині. Електронні моли як перспективна форма Internet-торгівлі.	Практичне заняття 3	Організація і технологія роботи Internet-магазину.		
лекція 7	Тема 4 Організація продажу товарів через Internet-аукціони. Суть і особливості віртуальних аукціонів. Типи аукціонів та товари, що продаються на Internet-аукціонах. Організаційне забезпечення Internet-аукціонів. Організація роботи віртуального аукціону				

лекція 8	Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Види і структура електронних торговельних майданчиків. Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики. Горизонтальні (багатогалузеві) торговельні майданчики. Internet-представництва бізнес-структур.	Практичне заняття 4	Організація продажу товарів через Internet-аукціони. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики
лекція 9	Тема 6. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронного бізнесу та електронній комерції. Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них. Особливості кредитних Internet-систем.		
лекція 10	Дебетові Internet-системи та їх специфічні платіжні засоби. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet.	Практичне заняття 5	Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції. Організація надання банківських послуг в електронній комерції.
лекція 11	Тема 7. Організація надання послуг в електронному бізнесі та електронній комерції. Особливості надання послуг в мережі Internet. Internet-трейдинг як специфічний вид послуг. Організація надання банківських послуг через Internet		
лекція 12	Електронні страхові послуги. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг. Туристичні послуги в мережі Internet.	Практичне заняття 6	Організація надання послуг дистанційного навчання в електронній комерції.
лекція 13	Тема 8. Маркетинг і реклама в мережі Internet. Особливості сучасного Internet-маркетингу. Аналіз якості Internet-представництв комерційних структур із використанням маркетингового підходу		
лекція 14	Основні принципи і засоби реклами в мережі Internet. Особливості застосування засобів Internet-реклами. Формування цін на товарі і послуги в мережі Internet.	Практичне заняття 7	Маркетинг та реклама в мережі Internet.

лекція 15	Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронного бізнесу та електронної комерції. Нормативно-правове забезпечення системи електронного бізнесу та електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронному бізнесі та електронній комерції.				
лекція 16	Ефективність електронного бізнесу та електронної комерції. Методи визначення ефективності електронного бізнесу. Напрями оцінки ефективності електронного бізнесу.	Практичне заняття 8	Системи електронного документообігу в електронного бізнесу та електронної комерції		

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання		
				позитивні	негативні	
Розподіл балів для оцінювання успішності аспіранта	90-100	A	відмінно	- Глибоке знання навчального матеріалу модуля, що містяться в основних і додаткових літературних джерелах; - вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; - вміння проводити теоретичні розрахунки; - відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно послідовні; - вміння вирішувати складні практичні задачі.	Відповіді на запитання можуть містити незначні неточності	Нарахування балів 100% підсумкове оцінювання у вигляді заліку (30%) та поточного оцінювання (70%). 30% залік: усна презентація індивідуального завдання 70% поточне оцінювання: • 30% оцінювання завдань на практичних заняттях; • 30% письмові індивідуальні завдання (включаючи проблемні листи, звітування про польові дослідження та презентації у невеликих групах) • 10% проміжний контроль (2 онлайн-тести)
	82-89	B	добре	- Глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу, що передбачений модулем; - вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; - вміння вирішувати складні практичні задачі.	Відповіді на запитання містять певні неточності;	
	75-81	C		- Міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; - вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; - вміння вирішувати практичні задачі.	- невміння використовувати теоретичні знання для вирішення складних практичних задач.	
	64-74	D	задовільно	- Знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; - вміння вирішувати прості практичні задачі.	Невміння давати аргументовані відповіді на запитання; - невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; - невміння вирішувати складні практичні задачі.	
	60-63	E		- Знання основних фундаментальних положень матеріалу модуля, - вміння вирішувати найпростіші практичні задачі.	Незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу модуля; - невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; - невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач	
	35-59	FX (потрібне додаткове вивчення)	незадовільно	Додаткове вивчення матеріалу модуля може бути виконане в терміни, що передбачені навчальним планом.	Незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу модуля; - істотні помилки у відповідях на запитання; - невміння розв'язувати прості практичні задачі.	
	1-34	F (потрібне додаткове вивчення)	незадовільно	-	- Повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу модуля; - істотні помилки у відповідях на запитання; - незнання основних фундаментальних положень; - невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач	

ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII (Редакція від 19.11.2022) // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45, ст.410
2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 292 с.
3. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454с.
4. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2015. 264 с
5. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с
6. Швиденко М.З., Касаткіна О.М., Андрющенко В.М. Електронна комерція [навчальний посібник] Київ : НУБіП України, 2015. 282 с.

Додаткова

INTERNET сайти

1. Президент України <http://www.president.gov.ua>
2. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>
3. Кабінет Міністрів України <http://www.kmu.gov.ua>
4. Міністерство економіки України <http://www.me.gov.ua>
5. Міністерство фінансів України <http://minfin.kmu.gov.ua>
6. Міністерство освіти і науки України <http://www.mon.gov.ua>
7. Головне управління статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>
9. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ

Здобувач повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємин і доброчесності НТУ« ХПІ »»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при нерозв'язності конфлікту доводиться до співробітників кафедри або директорату.

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни