

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний авіаційний університет**

Факультет економіки та бізнес-адміністрування

Кафедра економіки та бізнес-технологій

УЗГОДЖЕНО

В.О. декана ФЕБА


 Світлана ПЕТРОВСЬКА
 «22» 04 2024р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальних робіт


 Анатолій ПОЛУХІН
 «28» 05 2024р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та бізнес-технології»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 076 «Підприємництво та торгівля»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛК Ц	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	2	180 / 6,0	18	36	–	126	(1) ДЗ-2с.	–	Екзамен - 2с.
Заочна	2	180 / 6,0	8	12	–	160	(1) К.р.-2 с.	–	Екзамен - 2с.

Індекс: НМ-6-076-2/23 – 2.1.5

НМ-6-076-2з/23 – 2.1.5



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
"ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"

Шифр
документа


СМЯ НАУ
РП 11.01.05-01-2024

Стор. 2 із 15

Робочу програму навчальної дисципліни «Електронна комерція» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Підприємництво та бізнес-технології», навчальних та робочих навчальних планів НМ-6-076-2/23, НМ-6-076-2з/23, РМ-6-076-2/23, РМ-6-076-2з/23 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розроблено
доцентом кафедри економіки та бізнес-технологій:  Людмила ДОЛГОВА

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Підприємництво та бізнес-технології», спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» – кафедри економіки та бізнес-технологій, протокол № 5 від «09» 04 2024 р.

Гарант освітньо-професійної програми
«Підприємництво та бізнес-технології»  Оксана ЧУМАК

Завідувач кафедри  Оксана ЧУМАК


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 8 від «09» 04 2024 р.

Голова НМРР  Анатолій ТОФАНЧУК

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 3 із 15	

ЗМІСТ

	Сторінка
Вступ	4
1. Пояснювальна записка.....	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки.....	5
2. Програма навчальної дисципліни.....	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни.....	5
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.....	6
2.3. Тематичний план.....	10
2.4. Домашнє завдання / контрольна (домашня) робота (ЗФН).....	11
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену	11
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни.....	11
3.1. Методи навчання.....	11
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна).....	12
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет.....	12
4. Рейтингова система оцінювання набутих здобувачем знань та вмінь	13

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 4 із 15	

ВСТУП

Робоча програма навчальної дисципліни (ПНД) «Електронна комерція» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення Програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання.

Місце даної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця.

Дисципліна «Електронна комерція» спрямована на формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет - середовищі.

Метою викладання дисципліни є оволодіння базовими знаннями і навичками в області електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

Завданням вивчення навчальної дисципліни є: теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з наступних питань: предметна галузь електронної комерції; основи теорії електронної комерції; основні поняття електронної комерції; застосування електронної комерції, ринки електронної комерції; основні моделі бізнес-процесів електронної комерції та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернет; нові принципи та засоби проведення розрахунків: пластикові картки, цифрові гроші; типи електронних платежів і платіжних систем; проблеми безпеки та захисту інформації при електронній комерції; досвід компаній, які успішно використовують у своїй діяльності методи й засоби електронної комерції; основи бізнесу та маркетингу в сучасних інформаційних технологіях; практичні навички з бізнесу в сучасних системах інформаційних телекомунікацій.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни здобувач повинен набути таких **результатів навчання** (в сукупності з іншими освітніми компонентами):

Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності (ПРН1).


Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення (ПРН 2).

Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та/або торгівлі (ПРН 5).

Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність (ПРН 6).

Вміти використовувати новітні технології при здійсненні операцій та угод в умовах цифровізації бізнесу, як основного чинника розвитку сучасних підприємницьких, торговельних та/або структур (зокрема, авіаційної галузі) (ПРН 13).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 5 із 15	

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен набути таких компетентностей (в сукупності з іншими освітніми компонентами):

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та/або торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог (ІК).

Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми (ЗК 2).

Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК 5).

Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та/або торгівлі (ФК 3).

Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності (ФК 4).

Здатність вести сучасний бізнес (зокрема, авіаційної галузі) на новій технологічній основі, виконувати ділові операції та угоди з використанням електронних засобів за умов розвитку цифрової економіки (ФК 7).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Навчальна дисципліна «Електронна комерція» базується на знаннях таких дисциплін «Управління бізнес-проектами» та є базою для вивчення таких освітніх компонентів як: курсова робота «Управління конкурентоспроможністю підприємницьких та торговельних бізнес-структур», «Переддипломна практика», «Кваліфікаційна робота».

2. Програма навчальної дисципліни.

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме:

- навчального модуля №1 «*Електронний бізнес та електронна комерція*», який є логічною, завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання по закінченню вивчення модуля.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до модуля № 1 «Електронний бізнес та електронна комерція»

Інтегровані вимоги модуля №1: є формування у здобувачів компетентностей стосовно виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів при веденні бізнесу.

Знати:

- основні переваги ведення бізнесу за допомогою Internet;
- основні концепції побудови систем електронної комерції;
- характеристики електронної комерції;
- основні стратегії розвитку електронної комерції;
- основні моделі систем електронної комерції;
- основні інструменти ведення електронної комерції.

Вміти:



- застосовувати інструментарій створення і використання систем електронної комерції;
- аналізувати нормативну і економіко-технічну інформацію в галузі електронної комерції;
- обґрунтовувати прогностичні оцінки;
- здійснювати закупівлі в Internet;
- використовувати принципи функціонування віртуальних крамниць, віртуальні підприємства і віртуальні продукти.

Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції

Предмет і зміст дисципліни "Електронна комерція". Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Передумови виникнення та переваги е-бізнесу і е-комерції. Історія розвитку е-бізнесу в Україні та світі. Причини переходу в кіберпростір. Місце е-комерції в інформаційному секторі економіки. Роль е-комерції у сучасному бізнесі. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, стандарти, інститути й процедури е-бізнесу і е-комерції.

Інтернет-комерція та її відмінність від е-комерції. Принципи функціонування е-бізнесу (М. Кастельс, К. Келлі). Види електронної економічної діяльності. Технології е-бізнесу. Етапи створення е-бізнесу. Складові е-комерції. Суб'єкти е-комерції. Моделі е-комерції. Сфери розповсюдження та рівні реалізації систем е-комерції.

Сутність традиційної комерційної діяльності. Інструменти і методи комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці. Порівняльний аналіз е-комерції з традиційною. Переваги функціонування е-бізнесу та е-комерції. Нові можливості е-комерції для споживачів та постачальників. Чинники зниження витрат в бізнес-моделях е-комерції. Недоліки функціонування е-бізнесу та е-комерції, бар'єри її впровадження.

Тема 2. Електронна комерція як складова електронного бізнесу


Система е-комерції. Функціональні можливості е-комерції. Основні предмети е-комерції, види електронних пристроїв, які забезпечують е-комерцію. Форми проведення торгових операцій через Інтернет: е-комерція, електронна банківська діяльність, електронні брокерські послуги, електронні аукціони, електронна пошта, електронні бюро, електронні моли, електронні страхові послуги. Переваги е-страхування для страхової компанії і страховика.

Тема 3. Особливості бізнес-планування в е-комерції. Віртуальні підприємства: сутність та види

Бізнес-планування в е-комерції: сутність та принципи. Цінність бізнес-плану в е-комерції. Функції бізнес-плану в е-комерції. Види бізнес-планів для внутрішнього та зовнішнього використання.

Структура стандартного бізнес-плану в е-комерції. Характеристика розділів бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану в е-комерції. Вимоги до написання бізнес-плану в е-комерції. Правила технічного оформлення бізнес-плану в е-комерції.

Поняття "віртуального підприємства" і "віртуального продукту". Простір віртуалізації підприємств. Оцінка технологічних засобів для побудови віртуальних

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 7 із 15	

підприємств. Приклади реальних віртуальних підприємств. Передумови організації віртуальних підприємств.

Структурні умови існування віртуальних підприємств. Етапи створення віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств. Принципи утворення віртуальних підприємств. Проблеми, що виникають при створенні віртуальних підприємств. Види та форми віртуальних підприємств. Критерії класифікації віртуальних підприємств. Порівняльна характеристика статичних та динамічних віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх сильні та слабкі місця функціонування.

Тема 4. Електронні платіжні системи: зміст і типи. Принципи організації та управління Інтернет- магазином

Сутність платіжної системи. Внутрішньодержавна та міжнародна платіжні системи. Характеристика електронної платіжної системи. Типи та види електронних платіжних систем. Сучасні платіжні інструменти. Історія виникнення пластикових карт. Класифікація пластикових карток. Поняття систем взаєморозрахунків пластиковими картками. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті. Учасники платежів і розрахунків у мережі Інтернет. Переваги та недоліки використання пластикових карток в Інтернет-комерції Дебетові і кредитні електронні платіжні системи. Схема платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Переваги та недоліки кредитних систем. Схема процесу платежу за допомогою електронних чеків. Електронні гроші. Схема обігу електронних грошей. Переваги та недоліки використання електронних грошей. Система електронних платежів України. Недоліки використання пластикових карток при розрахунках в Інтернет. Захист комерційної інформації при розрахунках в Інтернет.

Електронний ринок: характеристика та аналіз його ключових дійових осіб. Кількісні і якісні характеристики Інтернет-ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Послуги на електронному ринку.


Поняття “електронного магазину”, суть та принципи його організації. Вимоги до технічного і програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню та управлінню е-магазином.

Процес здійснення покупки в Інтернет-магазині. Інтернет-магазин, що не має власних складів. Інтернет-магазин, що має власні склади. Переваги і недоліки Інтернет-магазину в порівнянні з традиційним магазином. Бізнес-процеси Інтернет-магазину. Завдання Інтернет- магазину. Правова база діяльності Інтернет-магазину.

Тема 5. Організація комерційної діяльності через Інтернет- аукціони. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків

Організація роботи Інтернет-аукціону. Вимоги до Інтернет-аукціону та принципи його діяльності. Суб'єкти та об'єкти Інтернет-аукціону. Діяльність Інтернет-аукціонів в Україні та світі: спільні й відмінні риси. Функції діяльності Інтернет-аукціону. Забезпечуючі служби діяльності Інтернет-аукціону. Характеристика складових інфраструктури Інтернет-аукціону.

Торговельні майданчики як один із ключових елементів сучасного електронного ринку. Сутність та зміст роботи торговельного майданчика. Ідея торгового майданчика: джерела пошуку й етапи комерціалізації.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 8 із 15	

Види торгових майданчиків, головні класифікаційні критерії. Біржа.

Тема 6. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі. Тактичні прийоми е-комерції

Електронні торгові ряди. Варіанти участі продавця в електронному торговому ряді. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини. Переваги і недоліки основних способів оплати товарів в Інтернет-магазинах. Структура веб-сайту Інтернет-магазину. Переваги і недоліки різних систем ведення роздрібною е-комерції. Товарні запаси Інтернет-магазину. Електронний торговий ряд (каталог). Процес здійснення покупки в Інтернет-магазині. Типи кошиків. Реєстрація і оформлення замовлення. Збір інформації в Інтернет-магазині. Обробка замовлення. Види доставки при здійсненні покупки в Інтернет-магазині. Способи оплати товарів.

Поняття стимулювання збуту в е-комерції. Фактори, що сприяють стимулюванню збуту. Методи заохочення споживачів в е-комерції. Пробні зразки, демонстраційні версії. Товар за пільговою ціною (знижки). Напрямки зв'язків з громадськістю в е-комерції. Фактори, що впливають на розвиток цих зв'язків. Основні засоби зв'язків з громадськістю. Спонсорський пакет. Поняття бренду в е-комерції. Основні характеристики традиційного бренду та відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу.

Тема 7. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет. Е-комерція в корпоративному секторі


Залучення відвідувачів в е-комерції. Методи просування в Інтернеті. Реклама в онлайн ЗМІ. Роль піару в е-комерції. Використання контекстної реклами в е-комерції. Пошукова оптимізація в е-комерції. Методи пошукової оптимізації в е-комерції. Методи просування сайтів в пошукових системах.

Планування в е-комерції. Поняття семантичного ядра. Етапи маркетингового аналізу в рамках тематичної оптимізації в е-комерції. Попередній аналіз ринку в е-комерції. Вибір цільової аудиторії. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Принцип тематичної оптимізації. Тематичний індекс цитування. PageRank в е-комерції. Зміст зваженого індексу цитування. Реєстрація в каталогах пошукових системах і каталогах. Методи просування сайту із залучення цільових відвідувачів.

Системи е-комерції в секторі B2B. Система управління закупівлями (e-procurement) в е-комерції. Система повного циклу супроводження постачальників (SCM-система): особливість організації та принципи роботи. Система повного циклу супроводу споживачів (CRM-система): вимоги та переваги. Корпоративні представництва в Інтернеті. Віртуальні підприємства: системи Workflow та керування знаннями віртуальних підприємств. Інтернет-інкубатори. Мобільна комерція. Порівняльна характеристика систем мобільних взаєморозрахунків. Програмні агенти та мультиагентні системи.

Тема 8. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу

Характеристика систем захисту інформації в Інтернеті. Безпека в Інтернеті та причини кібер-атаки. Рекомендації по безпеці. Методи захисту інформації. Категорії захисту в е-комерції: конфіденційність, цілісність, доступність. Характеристика засобів захисту інформації. Технологія захисту інформації при роботі в Інтернет. Види

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 9 із 15	

загроз безпеки інформаційної системи. Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки.

Різновиди шахрайства в е-комерції. Криптографічні засоби шифрування інформації. Механізм електронного цифрового підпису та його використання в системах е-комерції. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів. Програмне забезпечення захисту інформації. Протоколи захищених з'єднань (SSL, SET). Захист в е-платіжних системах на основі пластикових карток і смарт-карток. Технологія захисту інформації в системах цифрових грошей.

Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Відмінність маркетингу в Інтернеті від традиційного маркетингу. Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку. Принципи маркетингу в Інтернеті. Основні засоби просування товарів і послуг в Інтернеті. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенчмаркінг, сайто-промоутинг.

Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами. Методи реклами.


Тема 9. Інтернет аудиторія України та цифрові маркетингові комунікації. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі

Особливості цифрового ринку України, що зумовлюють розвиток е-комерції. Великі масиви інформації про товари та послуги. Віртуальний ринок вільної конкуренції.

Чинники успішності Інтернет-маркетингу. Контекстна реклама. Реклама в соціальних мережах. Медійна реклама. Продакт-плейсмент. Вірусна реклама. Агентство Інтернет-реклами. Способи отримання доходів в Інтернет. Блоги. Серфінг. Проникнення Інтернету. Вікова структура Інтернет-користувачів. Обсяг ринку Інтернет-рітейлу України. Товарні сегменти в Україні.

Основні напрями розвитку систем е-комерції в Україні та світі. Технології: Інтернет і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротрансакції, програми-агенти, смарт-карти. Цифрові технології в е-комерції.


Правове регулювання е-комерції в Україні. Перспективи розвитку е-комерції в Україні. Труднощі проникнення електронних систем в різні сектори економіки.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 10 із 15	

2.3. Тематичний план

№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Електронний бізнес та електронна комерція»										
1.1	Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	2 семестр				1 семестр				
		16	2	2	10	10	2	-	8	
1.2	Електронна комерція як складова електронного бізнесу	19	2	2	13	10	2	-	8	
1.3	Особливості бізнес-планування в е-комерції. Віртуальні підприємства: сутність та види	19	2	2	13	10	2	-	8	
1.4	Електронні платіжні системи: зміст і типи. Принципи організації та управління Інтернет-магазином	20	2	2	14	2 сем				
						28	-	2	26	
1.5	Організація комерційної діяльності через Інтернет- аукціони. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	19	2	2	13	30	2	2	26	
1.6	Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі. Тактичні прийоми е-комерції	19	2	2	13	28	-	2	26	
1.7	Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет. Е-комерція в корпоративному секторі	19	2	2	13	26	-	2	24	
1.8	Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу	19	2	2	13	15	-	2	13	
1.9	Інтернет аудиторія України та цифрові маркетингові комунікації. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі	15	2	2	11	15	-	2	13	
1.10	Модульна контрольна робота	7	-	2	5	-	-	-	-	
1.11	Домашнє завдання, контрольна (домашня) робота (ЗФН)	8	-	-	8	8	-	-	8	
Усього за модулем 1		180	18	36	126	180	8	12	160	
Усього за семестр		180	18	36	126	180	8	12	160	
Усього за навчальною дисципліною		180	18	36	126	180	8	12	160	

2.4. Домашнє завдання / контрольна (домашня) робота (ЗФН).

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 11 із 15	

Домашнє завдання / контрольна (домашня) робота з дисципліни виконується у другому семестрі здобувачами денної та заочної форми навчання, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь, набутих здобувачем у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни з «Електронна комерція» з використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

Виконання домашнього завдання / контрольної (домашньої) роботи сприяє поглибленому вивченню здобувачем теоретичного матеріалу, формуванню вмінь використовувати знання для розв'язання відповідних практичних завдань. Домашнє завдання / контрольна (домашня) робота виконуються здобувачами самостійно із забезпеченням необхідних консультацій з окремих питань з боку викладача.

Метою домашнього завдання / контрольної (домашньої) роботи є відпрацювання навичок щодо виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів при веденні бізнесу.

Теми контрольних робіт та завдання для їх виконання розробляються автором робочої програми. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання кафедри, доводяться до відома здобувача. Виконання, оформлення та захист Контрольної (домашньої) роботи здійснюється здобувачем в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання домашнього завдання / контрольної (домашньої) роботи - до 8 годин самостійної роботи.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену


Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома здобувачів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: логічний, проблемний, дослідницький, евристичний, пояснювально-ілюстративний, моделювання та аналіз ситуаційних завдань, опрацювання аналітичних завдань.

Для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів під час вивчення дисципліни застосовуються інноваційні методи: робота в малих групах (формування роботи команди над аналізом ринку конкурентів), кейс-метод, самостійний аналіз проблем та вирішення поставлених задач при використанні інструментів торгівлі в електронному бізнес-середовищі тощо.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 12 із 15	

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1 Балановська Т.І., Гоголя О.П., Троян А.В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навчальний посібник / К. ЦП «Компринт». 2018. 536 с.

3.2.2 Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 512 с.

3.2.3 Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 292 с.

3.2.4 Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент / М. Ю. Карпенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.

3.2.5 Комп'ютерне моделювання інформаційно-аналітичних систем / О. Г. Додонов, О. В. Коваль, Л. С. Глоба, Ю. Д. Бойко ; НАН України, Ін-т проблем реєстрації інформації. Київ : ІПРІ НАН України, 2017. 238 с.

3.2.6 Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

3.2.7 Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2017. 216 с.

Допоміжна література

3.2.8 Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції (2018). URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5> (дата звернення: 25.09.202)

3.2.9 Дrajниця С.А., Забурмеха Є.М. Електронна комерція: світові тренди та прогноз розвитку в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 5. С. 69–73.

3.2.10 Ковтун Т.Д., Матвієнко А.П. Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 295–303.

3.2.11 Яценко О.М., Грязіна А.С., Шевчик О.О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8. С. 4–15.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>

3.3.2. Міністерство економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua>

3.3.3. Міністерство фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>


3.3.4. Міністерство розвитку громад та територій та інфраструктури України. URL: <https://www.minregion.gov.ua/about/>

3.3.5. Міністерство цифрової трансформації України URL: <https://thedigital.gov.ua/>

3.3.6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.7. Державна авіаційна служба України URL: <https://avia.gov.ua/>

3.3.8. Genesis — це освіта. Genesis – це українська кофаундингова ІТ-компанія, що буде глобальні технологічні бізнеси разом із найкращими підприємцями Центральної та

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 13 із 15	

Східної Європи. URL: <https://www.gen.tech/>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ ЗДОБУВАЧЕЙ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Модуль №1		
Відповіді на теоретичні питання на практичних заняттях	2 семестр	2 семестр
	(1бал. x 17зан.) 17(сумарна)	(3балів. x 6зан.) 18(сумарна)
Відповіді на тестові завдання, розв'язок ситуаційних вправ	(2 бали. x 17зан.) 34(сумарна)	(3балів. x 6зан.) 18(сумарна)
Домашнє завдання	9	
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 здобувач має набрати не менше</i>	36 бали	-
Виконання модульної контрольної роботи	20	-
Домашня контрольна робота (ЗФН)	-	24
Усього за модулем №1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються здобувачу, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 1).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих здобувачем за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 2).

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки здобувача, наприклад, так: 92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни "ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ"	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2024
		Стор. 14 із 15	

Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34-37	34-38	35-39	Відмінно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	
47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно

Додаток 2

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS



Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)