



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної
кібернетики



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва курсу	Електронна комерція
Викладач (-і) 	Ігор НІКОЛАЄВ, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Контактний тел.	+38(096) 385-18-22
E-mail:	nikolaieviv@kntu.kr.ua
Обсяг та ознаки дисципліни	Вибіркова дисципліна. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2024.
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відеоконференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні, але ефективність засвоєння змісту дисципліни значно підвищиться, якщо здобувач володіє базовими знаннями з основ інформаційних систем, маркетингу, Інтернет-технологій в бізнесі, Web-програмування.

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція» є опанування здобувачами вищої освіти теоретичних і практичних знань щодо виконання ділових операцій та угод із використанням електронних засобів, а також з теорії та практики використання інформаційних технологій у бізнесі.

Завдання вивчення дисципліни:

- формування компетентностей, важливих для особистісного розвитку майбутніх фахівців з маркетингу та забезпечення їхньої конкурентоспроможності на сучасному ринку праці;
- вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, методів захисту інформації;
- набуття вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- поняття «електронного бізнесу» та «електронної комерції»;
- особливості бізнес-моделей електронної комерції;
- платіжні та фінансові системи Інтернету;
- класифікацію і загальні характеристики електронних систем взаєморозрахунків;
- методології та технології реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет;
- особливості та переваги Інтернет-меркетингу;
- елементи електронного ринку та особливості віртуальних підприємств;
- тактичні прийоми електронної комерції та перспективи її розвитку;

вміти:

- використовувати сучасні мережні інформаційні продукти;
- здійснювати організацію зв'язків підприємства у мережі;
- розробляти концептуальні положення з організації віртуального представництва підприємства у мережі;
- проводити детальний аналіз витрат на розробку віртуального представництва підприємства;
- обґрунтовувати доцільність розробки проекту на підставі оцінки та аналізу прибутковості та економічного ефекту від проекту;
- використовувати платіжні системи для розрахунків через Інтернет;
- створювати багатofункціональні Web-сайти для здійснення комерційної діяльності в мережі Інтернет.

набути соціальних навичок (soft-skills):

- здійснювати професійну комунікацію;
- ефективно пояснювати і презентувати матеріал;
- взаємодіяти в проектній діяльності.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчального дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Основні поняття електронної комерції

Тема 2. Платіжні та фінансові системи Інтернет

Тема 3. Безпека і захист інформації при електронній комерції

Тема 4. Маркетинг в електронній комерції

Тема 5. Електронний ринок на базі Інтернет

Тема 6. Електронна підтримка споживачів

Тема 7. Віртуальні підприємства

Тема 8. Тактичні прийоми електронної комерції

Тема 9. Перспективи електронної комерції

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг здобувача із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною системою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних, практичних, семінарських або лабораторних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

6. Рекомендована література

1. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-метод. посіб. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

2. Дращиця С. А. Електронна комерція : навч. посіб. Львів : Новий світ-2000, 2021. 184 с.

3. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.

4. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 216 с.

5. *Electronic Commerce: The Strategic Perspective* / Richard T. Watson, Pierre Berthon, Leyland F. Pitt, George M. Zinkhan. ВСcampus, 2020. 115 pgs. URL: <https://opentextbc.ca/electroniccommerce> (date of appeal: 30.07.2022).

6. Ніколаєв І. В., Загреба М. М., Вишневецька В. А. Інформаційні послуги електронних торговельних майданчиків в маркетинговій діяльності. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2022. Вип. 8 (41).

7. Zahreba M., Koval L., Nikolaiev I. SMM and advertising under conditions of external military aggression (Маркетинг та реклама в соціальних мережах в умовах зовнішньої військової агресії). *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2022. Вип. 8 (41).

8. Вишневецька В. А., Ніколаєв І. В., Загреба М. М. Маркетинг інформаційних послуг в соціальних мережах. *Ефективна економіка*. 2022. № 7. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/151/151> (дата звернення: 30.07.2022). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.7.12>

9. Загреба М. М., Ніколаєв І. В. Використання платформ онлайн-оголошень у комерційній діяльності малого бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 248–254. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-10_0-pages-248_254.pdf (дата звернення: 30.07.2022). DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-10-248-254>

10. Polivanov V., Dmytriyeva N. Economic Situation and Genesis of the World Electronic Business. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2018. №134. С. 111–129.

11. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. С. 111–115.

12. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція : навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2017. 244 с.

13. Дrajниця С. А. Електронна комерція: навч. посіб. Львів : Новий світ-2000, 2016. 184 с.

14. Царьов Р. Ю. Електронна комерція : навч. посіб. з підг. бак. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2015. 112 с.

15. Меджибовська Н. С. Електронна комерція. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. 384 с.

16. Електронна комерція : навч. посіб. / Береза А. М., Козак І. А., Левченко Ф. А. та ін. Київ : КНЕУ, 2012. 326 с.

17. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.

18. Крутова А. С. Облік в системі електронної комерції : монографія. Харків : Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2010. 396 с.

19. Ніколаєв І. В. Електронна комерція : метод. вказ. до вивч. дисц. для студ. всіх форм навч. за спец. 8.03050201 “Економічна кібернетика” та 8.03050701 “Маркетинг”. Кіровоград : КНТУ, 2009. 21 с.

20. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : ЦУЛ, 2008. 182 с.

21. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція : підруч. Київ :

Знання, 2007. 535 с.

22. Electronic Commerce: Theory and Practice (Studies in Computational Intelligence), Makoto Yokoo, Springer, 2008.

23. Про електронну комерцію : Закон України від 3 вер. 2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення 12.08.2023).

24. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22 трав. 2003 р. № 852-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15> (дата звернення 12.08.2023).

25. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : Закон України від 5 лип. 1994 р. № 80/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 12.08.2023).

26. Центральноукраїнський національний технічний університет : веб-сайт. URL: <http://www.kntu.kr.ua> (дата звернення 12.08.2023).

27. Репозитарій Центральноукраїнського національного технічного університету : веб-сайт. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua> (дата звернення 12.08.2023).

28. Дистанційна освіта ЦНТУ : веб-сайт. URL: <http://moodle.kntu.kr.ua> (дата звернення 12.08.2023).

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики, Протокол № 1 від «29» серпня 2023 р.