

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра кібернетики та інформатики

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Електронна комерція

(вибірковий)


Реалізується в межах освітньої програми «**Маркетинг**»

за спеціальністю **075 Маркетинг**

на **1 (бакалаврському)** рівні вищої освіти

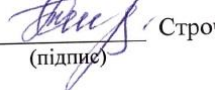
Суми – 2021

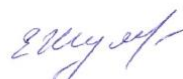
Розробник:  В'юненко О.Б., к.е.н., доцент, доцент кафедри
(підпис)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри кібернетики та інформатики	протокол від <u>9.06.2021</u> № <u>15</u>
	Завідувач кафедри  Агаджанова С.В. (підпис)

Погоджено:

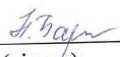
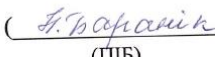
Гарант освітньої програми  Данько Ю.І.
(підпис)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  Строченко Н.І.
(підпис)

Рецензія на робочу програму(додається) надана: Шумкова О.В. 

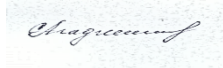

Пасько Н.Б. 

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

 ()
(підпис) (ПІВ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 19.07. 2021 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми
2022-2023	без змін	Протокол № 20 від 14.06.2022		

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Електронна комерція					
2.	Факультет/кафедра	Економіки і менеджменту / кібернетики та інформатики					
3.	Статус ОК	Вибірковий					
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для (заповнюється для обов'язкових ОК)						
5.	ОК може бути запропонований для (заповнюється для вибіркового ОК)						
6.	Рівень НРК	6-й					
7.	Семестр та тривалість вивчення	9 семестр, 1-15 тижні					
8.	Кількість кредитів ЄКТС	4					
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)				Самостійна робота	
		Лекційні		Практичні /семінарські		Лабораторні	
		-	10	-	8	-	-
10.	Мова навчання	Українська					
11.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Доцент кафедри кібернетики та інформатики, кандидат економічних наук (PhD) В'юненко Олександр Борисович					
11.1	Контактна інформація	oleksandr.viunenko@snau.edu.ua; ауд. 308e.					
12.	Загальний опис освітнього компонента	Електронна комерція сформувалася як світове економічне явище і заявляє про себе як галузь національної української економіки, що вимагає певного ставлення фахівців до її ролі в сучасній бізнес-освіті. Е-комерція є важливою сферою застосування бізнесу і науки, яка потребує відповідного дослідницького і методичного відпрацювання і викладання її як самостійної бізнес-дисципліни.					
13.	Мета освітнього компонента	Формування в майбутніх фахівців економічного профілю цілісної системи знань про електронну комерцію як складову електронного бізнесу та здобуттю практичних навичок із здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.					
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на ОК Інформатика і комп'ютерна техніка. 2. Фахове стажування.					
15.	Політика академічної доброчесності	При виконання практичних робіт, написанні рефератів та при написанні модульних, атестаційних та залікових робіт студент обов'язково має дотримуватись правил академічної доброчесності. При виявленні фактів списування або академічної не доброчесності робота виконана студентом анулюється.					
16.	Посилання на курс у системі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=313					

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

<p>Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»</p>	<p>Як оцінюється РНД</p>
<p>ДРН 5. Аргументувати вибір програмних та технічних засобів для створення інформаційних систем та технологій на основі аналізу їх властивостей, призначення і технічних характеристик з урахуванням вимог до системи і експлуатаційних умов; мати навички налагодження та тестування програмних і технічних засобів інформаційних систем та технологій.</p>	<p>Тести множинного вибору, розрахункові завдання</p>
<p>ДРН 6. Демонструвати знання сучасного рівня технологій інформаційних систем, практичні навички програмування та використання прикладних і спеціалізованих комп'ютерних систем та середовищ з метою їх запровадження у професійній діяльності.</p>	<p>Тести множинного вибору, розрахункові завдання</p>
<p>ДРН 7. Обґрунтовувати вибір технічної структури та розробляти відповідне програмне забезпечення, що входить до складу інформаційних систем та технологій.</p>	<p>Тести множинного вибору, розрахункові завдання</p>
<p>ДРН 10. Розуміти і враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні аспекти, вимоги охорони праці, виробничої санітарії, пожежної безпеки та існуючих державних і закордонних стандартів під час формування технічних завдань та рішень.</p>	<p>Тести множинного вибору</p>
<p>ДРН 12. Приймати рішення та виробляти стратегію діяльності для вирішення завдань спеціальності з урахуванням загальнолюдських цінностей, суспільних, державних та виробничих інтересів; ефективно працювати як індивідуально, так і у складі команди.</p>	<p>Тести множинного вибору</p>
<p>ДРН 14. Адмініструвати, використовувати, адаптувати та експлуатувати наявні і новітні інформаційні системи та технології, а також комп'ютерні системи та мережі із забезпеченням захисту інформації з метою реалізації встановленої політики інформаційної безпеки.</p>	<p>Тести множинного вибору</p>

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМОПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу								Рекомендована література
	Аудиторна робота						Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб. з.				
Денна	Заоч.	Денна	Заоч.	Денна	Заоч.	Денна	Заоч.		
Тема 1. <i>Електронна комерція. Вступ.</i> 1.1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки. 1.2. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet.		2		2				8	Методична: 3 (с. 6-40), 2 (с. 52-85)
Тема 2. <i>Нові інформаційні технології в комерційній діяльності.</i> 2.1. Системи оплати за послуги Internet. 2.2. Найпоширеніші послуги Internet 2.3. Система телеконференцій в Internet. 2.4. Системи оплати за користування системою телеконференцій.								8	Методична: 3 (с. 41-55), 2 (с. 52-85)
Тема 3. <i>Рух грошей в мережі.</i> 3.1. FTP-послуга. 3.2. WWW-послуга. 3.3. Протокол НТТР (Hypertext Transfer Protocol). 3.4. Нові форми грошей в умовах формування інформаційного суспільства. 3.5. Електронні гроші: сутність і типологізація. 3.6. Віртуальна валюта біткоїн з позиції теорії грошей. функції віртуальних грошей.								8	Методична: 1 (с. 65-81), 2 (с. 52-85)
Тема 4. <i>Безпека інформації при електронній комерції.</i> 4.1. Інформаційна безпека ІС. 4.2. Законодавчий рівень. 4.3. Адміністративний рівень. 4.5. Процедурний рівень. 4.6. Проблеми безпеки систем ЕТ. 4.7. Основними поняттями інформаційної безпеки. 4.8. Цифровий сертифікат. 4.9. 12 основних вимог з безпеки.		2		2				8	Методична: 1 (с. 82-98), 2 (с. 52-85)9
Тема 5. <i>Комерція на споживчому ринку і між</i>								10	Методична: 3 (с. 56-67),

<p><i>підприємствами.</i></p> <p>5.1. Електронний бізнес. 5.2. Електронна комерція. 5.3. Електронна крамниця. 5.4. Електронний он-лайнний аукціон. 5.5. Електронний торговельний центр. 5.6. Система Intranet. 5.7. Система workflow. 5.8. Телеробота.</p>									2 (с. 52-85)
<p>Тема 6. <i>Електронний ринок.</i></p> <p>6.1. Інтернет-магазини. Поняття Інтернет-магазину. Процес здійснення покупки. Переваги і недоліки. 6.2. Корпоративні сайти. Основна і додаткові функції. Властивості для підтримки позитивного іміджу. Структурні елементи корпоративного сайту. 6.3. Контент-проекти. Визначення контенту. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Забезпечуючі служби. 6.4. Торговельні майданчики. Ідея торгової площадки. Бізнес-модель. Види торгових площадок. Біржа. Аукціон. Каталог. 6.5. Розроблення та підтримка сайтів. Процес створення сайту. Дизайн та WEB-студії. Послуги студій. 6.6. Мобільна комерція. М-commerce. Переваги. Предмети торгівлі. Особливості торгівлі послугами. Форми оплати вартості.</p>								10	Методична: 3 (с. 68-80), 2 (с. 52-85)
<p>Тема 7. <i>Електронна підтримка споживачів.</i></p> <p>7.1. Засоби прив'язки до стандартного обладнання комп'ютера. 7.2. Засоби використання ключових носіїв для захисту інформації. 7.3. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів. 7.4. Приклади роботи груп вірусів з різними</p>								10	Методична: 3 (с. 81-98), 2 (с. 52-85)

<p>особливостями алгоритмів.</p> <p>7.5. Засоби управління доступом до системи електронної комерції.</p> <p>7.6. Типи антивірусних програм.</p> <p>7.7. Якість і ефективність антивірусної програми для системи електронної комерції.</p> <p>7.8. Поняття маркетингу, система маркетингу підприємства.</p>									
<p>Тема 8. <i>Системи платежів для електронної комерції.</i></p> <p>8.1. Кредитні Internet-системи.</p> <p>8.2. Дебетові Internet-системи.</p> <p>8.3. Електронні гроші.</p> <p>8.4. Смарт-картка.</p> <p>8.5. Електронна платіжна система Webmoney Transfer.</p> <p>8.6. Система платежів для електронного бізнесу CyberPlat.</p> <p>8.7. Платіжна Internet-система PayCash.</p> <p>8.8. Електронний гаманець.</p>		2		2				10	Додаткова: 10 (с. 99-116), 2 (с. 52-85)
<p>Тема 9. <i>Віртуальне підприємство.</i></p> <p>9.1. Створення віртуального офісу.</p> <p>9.2. Віртуальні співтовариства.</p> <p>9.3. Особливості віртуальних співтовариств.</p> <p>9.4. Проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства.</p> <p>9.5. Освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства.</p> <p>9.6. Приклади віртуальних співтовариств.</p> <p>9.7. Структурні і функціональні характеристики віртуальних співтовариств.</p>								10	Додаткова: 10 (с. 1), 2 (с. 52-85)
<p>Тема 10. <i>Тактичні прийоми електронної комерції.</i></p> <p>10.1. Корпоративні сайти і бізнес-портали.</p> <p>10.2. Торговельні концентратори.</p>		2		2				10	Методична: 3 (с. 117-138), 2 (с. 52-85)

10.3. Електронний офіс. 10.4. Електронні аукціони. 10.5. Електронний бізнес-центр. 10.6. Форми Internet-торгівлі. 10.7. Internet-аукціони. 10.8. Інтерактивне банківське обслуговування. 10.9. Інформаційні послуги. Дистанційне навчання.									
Тема 11. <i>Перспективи електронної комерції</i> . 11.1. Основні напрями розвитку систем електронної комерції. 11.2. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні.		2						10	Методична: 3 (с. 139-156), 2 (с. 52-85)
Всього	-	10	-	8	-	-	-	102	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	Кількість годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)	Кількість годин
Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	Лекція, практичне заняття, обговорення актуальних питань	-/10	Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання розрахункових завдань	-/52
Р19. Вміти демонструвати основні поняття діджитал-маркетингу; проводити пошук маркетингової інформації та здійснювати різні види маркетингових досліджень в Інтернет середовищі; формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в діджитал-маркетингу; організувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в діджитал-маркетингу; обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту.	Лекція, практичне заняття, обговорення актуальних питань	-/8	Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання розрахункових завдань	-/50

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

5.2. Сумативне оцінювання

5.2.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання (зазначити номер тижня, на якому буде проведено оцінювання)
2.	Практична робота 1, 4, 8, 10	70 балів / 70 %	До 14 тижня
3.	Самостійні роботи 1-11	30 балів / 30 %	До 14 тижня

5.2.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Практична робота 1, 4, 8, 10.	<i>0-14 балів</i>	<i>15-39 балів</i>	<i>40-54 балів</i>	<i>55-70 балів</i>
	<i>Завдання не виконано (методика та відповіді неправильні)</i>	<i>Хід виконання вірний, але наявні суттєві помилки, відповіді, в основному неправильні</i>	<i>Завдання виконано, але існують несуттєві помилки</i>	<i>Завдання повністю виконано. Помилки відсутні</i>
Самостійна робота 1-11.	<i>0-10 балів</i>	<i>11-17 балів</i>	<i>18-24 балів</i>	<i>25-30 балів</i>
	<i>Завдання не виконано (методика та відповіді неправильні)</i>	<i>Хід виконання вірний, але наявні суттєві помилки, відповіді, в основному неправильні</i>	<i>Завдання виконано, але існують несуттєві помилки</i>	<i>Завдання повністю виконано. Помилки відсутні</i>

5.3. Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Усне опитування після вивчення кожної теми	Після завершення вивчення теми
2	Проходження тестування після закінчення вивчення кожної теми для самостійного контролю знань та підготовки до складання заліку (іспиту)	Регулюється студентом самостійно
3	Захист практичних робіт	Через тиждень після їх здачі
4	Усний зворотний зв'язок від викладача під час роботи над практичними роботами протягом занять	На протязі всього семестру

5.3. Шкала оцінювання (підсумкова) – загальноприйнята для Університету:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 – 100	A	зараховано
82-89	B	
75-81	C	
69-74	D	
60-68	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники посібник

1. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан [та ін.]; за ред. П. Ю. Балабана ; Міністерство освіти і науки України; Вищий навчальний заклад Укооспілки Полтавський університет економіки і права; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків: Світ Книг, 2015. - 451 с.
2. 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.
3. Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник для ВНЗ / О.І. Шалева. - Київ : Центр учбової літератури, 2016. - 215 с.

6.1.2. Методичне забезпечення

1. В'юненко О.Б. Електронна комерція. Навчальний посібник / Суми, 2017 рік, 260 с.
2. В'юненко О.Б. Електронна комерція: Навчальний посібник щодо виконання практичних і самостійних робіт / Уклад.: О.Б. В'юненко. – Суми: СНАУ, 2021. – 90 с.
3. Електронна комерція. Курс лекцій / Суми, 2018 рік, 182 ст., табл. 6, рис. 14, бібл. 55.
4. Бойченко Н.В. Методичні розробки для практичних занять з дисципліни «Електронна комерція» Харківський державний університет харчування та торгівлі. Харків 2016. – 25 с.
5. Електронна комерція. Методичні вказівки та завдання до виконання контрольної роботи для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр” заочної форми навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». /Укладач: Соломаха І.В. – Чернігів: ЧНТУ, 2018 – 32 с.

6. Нелєпова А.В. Електронна комерція. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» 3 курсу напряму підготовки 6.030502 «Економічна кібернетика» Миколаївський національний аграрний університет, 2017. – 81 с.

6.1.3. Інші джерела

1. 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.
2. 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.
3. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55.
4. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу / І.І. Присакар // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 333-339.

6.2. Додаткові джерела

1. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір. – 2015. – № 1. – С. 283- 291.
2. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 № 852-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
3. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
4. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 31.05.2005 № 2594-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
5. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
6. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.1998 № 74/98-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
7. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 09.01.2007 № 537-V [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
8. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 № 1280-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
9. Проект Закону про електронну комерцію від 17.06.2013 № 2306а // Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=47409 .

10. Віртуальний офіс на віддаленому сервері [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://a4.com.ua/virtualnij-ofis-na-viddalenomu-serveri/>.
11. Стратегія і тактичні прийоми електронної комерції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/elcomerc/1541-strategiya-i-taktichni-prijomi-elektronnoji-komertsiji.html>.
12. Сак Т.В. Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mdt-ori.com.ua/index.php/mdt/article/view/112/105>.

6.3. Програмне забезпечення

1. Google Analytics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://107.com.ua/blog/iak-vstanoviti-1%D1%96chilnik-google-analytics-nasv%D1%96i-sait/>
2. Woocommerce (WordPress) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wordpress.org/plugins/woocommerce/>