



**МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
«ЄВРОПЕЙСЬКА ШКОЛА БІЗНЕСУ»**

**Кафедра менеджменту та економіки**

**УЗГОДЖУЮ**

Директор Навчально-наукового  
інституту «Європейська школа  
бізнесу»

  
" 01 " 09 2021 р.

О. Власенко

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри менеджменту та  
економіки

  
" 09 " 09 2021 р.

Ю. Ремига

## **РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ**

(шифр і назва навчальної дисципліни)

<b>Рівень вищої освіти:</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Ступінь вищої освіти:</b>	бакалавр
<b>Галузь знань:</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>Спеціальність:</b>	073 «Менеджмент»

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

Приватний заклад вищої освіти «Міжнародний європейський університет».

Робоча програма навчальної дисципліни розроблена на основі навчальних планів №0736/21-01, №073бз/21-02, №073п/21-03, №073пз/21-04, схвалених на засіданні Вченої ради університету (протокол №7 від 01.07.2021 р.).

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Доцент кафедри менеджменту та економіки,  
кандидат економічних наук

 І. Міхно

Робоча програма навчальної дисципліни обговорена та схвалена на засіданні кафедри менеджменту та економіки, протокол № 8 від «02» 09 2021 р.

Завідувач кафедри менеджменту та економіки

 Ю. Ремига

Гарант ОП

 Ю. Ремига

Плановий термін між ревізіями – 1 рік  
**Контрольний примірник**

## ВСТУП

**Програма вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція»** складена відповідно до Стандарту вищої освіти України (далі – Стандарт) першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент».

**Опис навчальної дисципліни (анотація).** Дисципліна "Електронна комерція" належить до спеціальних дисциплін, які забезпечують формування знань та навиків бакалаврів по впровадженню комп'ютерних технологій у бізнесі, основ електронної комерції та її використанню у менеджменті та економіці. Будь-яка ділова активність, що використовує можливості глобальної інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірми з метою створення прибутку охоплюється поняттям електронний бізнес та електронна комерція. Стан та розвиток електронної комерції значною мірою визначають темпи наближення країни до побудови інформаційного суспільства, створює підґрунтя для прискорення інтеграції її економіки у світову. Тому проблема розвитку електронної комерції в Україні є безумовно актуальною.

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
<b>Кількість кредитів – 3</b>	<b>Галузь знань 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»</b>	<b><u>Вибіркова</u></b>	
Розділів – 2	<b>Спеціальність: 073 «Менеджмент»</b>	Рік підготовки	
Змістових розділів – 3		<b>3-й</b>	<b>3-й</b>
Індивідуальне науково-дослідне завдання: ---		Семестр	
		<b>6-й</b>	<b>6-й</b>
Загальна кількість годин – 90		Лекції	
		<b>16 год.</b>	<b>2 год.</b>
Тижневе навантаження: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3,6		Практичні	
	<b>16 год.</b>	<b>4 год.</b>	
	Самостійна робота		
	<b>Освітній рівень: Перший (бакалаврський) рівень</b>	<b>58 год.</b>	<b>84 год.</b>
		Вид контролю:	
		<b><u>залік</u></b>	<b><u>залік</u></b>

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є методологія і методи побудови, аналізу систем електронної комерції та технологій ведення бізнесу на основі використання інформаційно комунікаційних можливостей мережі Internet.

**Міждисциплінарні зв'язки:** навчальна дисципліна «Електронна комерція» базується на знаннях таких дисциплін, як «Економічна теорія»,

«Інформаційні системи та технології», «Логістика», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Контролінг», «Фінанси, гроші та кредит».

## 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни «Електронна комерція» є формування комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо ефективного здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів, оволодіння методами та технологіями електронної комерції, що використовуються у сучасному бізнесі.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Електронна комерція» є:

- розуміння основних понять і категорій електронної комерції;
- оволодіння навичками користування міжнародними і українськими електронними платіжними системами;
- придбання досвіду застосування механізмів безпеки систем електронної комерції;
- оволодіння навичками користування новими технологіями електронної торгівлі;
- одержання досвіду створення віртуальних підприємств.

1.3. **Компетентності та результати навчання**, формуванню яких сприяє дисципліна (взаємозв'язок з нормативним змістом підготовки здобувачів вищої освіти, сформульованим у термінах результатів навчання у Стандарті).

Згідно з вимогами стандарту дисципліна забезпечує набуття студентами **компетентностей**:

<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук
<b>Загальні компетентності</b>	ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>	СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації. СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

**Інтегративні кінцеві програмні результати навчання, формуванню яких сприяє навчальна дисципліна:**

<b>Програмні результати навчання</b>	ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. ПРН 20. Демонструвати навички використання інформаційних, комунікаційних та інноваційних технологій.
--------------------------------------	---

**Результати навчання:**

Після опанування дисципліни студент повинен

**знати:**

- методи та технології здійснення ділових операцій та бізнес-угод з використанням сучасних електронних засобів.
- особливості суб'єктів електронної комерції і сфер, в яких вона використовується;
- сучасний стан ринку і правове підґрунтя для здійснення електронної комерції в Україні;
- існуючі типи електронних платіжних систем;
- сутність концепції інформаційної безпеки;
- основні проблеми безпеки інформації в системах електронної комерції;
- основні групи програмного забезпечення, що може бути використане для захисту систем електронної комерції;
- сутність етапів процесу страхування, що можуть бути реалізовані через Інтернет;
- правила і принципи торгівлі на глобальному міжнародному ринку на базі мережі Інтернет;
- особливості маркетингу в Інтернет;
- форми, структуру, основні етапи проектування та створення віртуальних підприємств;
- перспективи розвитку електронної комерції.

**уміти:**

- самостійно використовувати існуючі платіжні системи для здійснення Інтернет-платежів;
- самостійно вибирати і застосовувати програмне забезпечення, призначене для захисту інформації в корпоративних мережах та мережі Інтернет;
- самостійно використовувати електронні засоби для ефективного здійснення маркетингових заходів;

- самостійно створювати і підтримувати функціонування торговельних структур на базі мережі Інтернет.

## **2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

На вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція» відводиться 90 години 3 кредити ЄКТС.

### **ЗМІСТОВИЙ РОЗДІЛ 1 РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПОБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

#### **Тема 1. Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура**

Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура. Місце та роль ІКТ в умовах побудови інформаційного суспільства. Теоретичні і практичні аспекти становлення і розвитку інформаційної економіки.

#### **Тема 2. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції**

Порівняльний аналіз традиційної комерції бізнесу з електронною. Визначення електронної комерції, характеристика та аналіз. Аналіз та характеристика бізнес-операцій та операцій, в яких використовується електронна комерція. Типи електронної комерції. Категорії електронної комерції. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Сфери застосування електронної комерції. Можливості електронної комерції. Нові можливості.

#### **Тема 3 Платіжні та фінансові системи Інтернет**

Пересилка комерційної інформації в Інтернет. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація. Платіжні системи на основі кредитних карток. Учасники платіжної системи. Міжнародні і українські платіжні системи, що використовують кредитні картки. Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротрансакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків. Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет. Системи управління інвестиціями через Інтернет. Інтернет-трейдинг, його типи (робота з цінними паперами, торгівля валютою на ринку FOREX) та основні функціональні можливості систем. Організація електронного способу страхування в системах Інтернет-страхування.

#### **Тема 4. Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції, її види**

Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції. Недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної

комерції. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні бюро. Електронні страхові послуги. Дистанційне навчання

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

### **ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ**

#### **Тема 5. Безпека і захист інформації при електронній комерції**

Огляд систем захисту інформації в Інтернеті. Методи захисту інформації (законодавчі, адміністративні, процедурні, програмно-технічні). Категорії захисту: конфіденційність, цілісність, доступність. Типи загроз (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки та політика інформаційної безпеки. Засоби захисту інформації та вибір основних рішень по забезпеченню режиму інформаційної безпеки. Використання цифрового підпису в електронній комерції. Безпека в Інтернет. Атаки на Інтернет. Рекомендації з безпеки.

#### **Тема 6. Маркетинг в електронній комерції**

Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку — первинні і вторинні маркетингові дослідження. Об'єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенчмаркінг. Поняття реклами, іміджева та стимулююча реклама. Переваги реклами в Інтернет. Форми реклами (банери, текстові блоки, розсилання, спонсорські пакети та інше). Методи реклами (реєстрація в пошукових системах, каталогах, розсилка e-mail, партнерські програми, банерна реклама, зовнішня реклама, телебачення, радіо, журнали та ін.). Інтернет-реклама як форма Інтернет-бізнесу — типові послуги електронних рекламних агентств (креатив, медіабайнг, медіапланування, PR-супровід та ін.). Принципи маркетингу в Інтернет. Індивідуальний та масовий маркетинг.

#### **Тема 7. Електронний ринок на базі Інтернет**

Електронний ринок — поняття та основні принципи функціонування. Сектори ринку електронної комерції (роздрібний ринок, сектор торгівлі між підприємствами, електронний фінансовий ринок). Інтернет-магазини — необхідні умови ефективного функціонування. Посередництво — нові ролі у збуті та товарній політиці. Ціноутворення, ланцюги додавання вартості. Internet та еволюція методів маркетингу. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Концепція: перехід від паперових форм інформації до електронних.

## **Тема 8. Електронна підтримка споживачів**

Програмне забезпечення для електронної комерції, класифікація та аналіз. Клієнтська база даних — характеристика та аналіз. Альтернативні торгові системи — характеристика та аналіз. Концепція: системи Web Response і PPI. Впровадження: програмний модуль і модуль безпеки, кодування потоку повідомлень, модуль Transaction Manager, модуль Commerce Engine, деякі зміни в Web Response. Опис Web-вузла: контакт з користувачем в інтерактивному режимі, Інтерфейс Web Response. Впровадження PPI. Аналіз: захист конфіденційної інформації Microsoft, пропозиції платних послуг, турбота про безпеку. Вбудована гнучкість. Технології електронної комерції. Віртуальні підприємства. Поняття віртуального підприємства. Класи віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Характеристика технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Системи Workflow. Керування знаннями віртуальних підприємств. Програмні агенти та мультиагентні системи. Етапи створення віртуального підприємства (проекування, прив'язка до ресурсів, залучення ресурсів, експлуатація, моніторинг, управління). Приклади реальних віртуальних підприємств (система CITIS та ін.).

## **Тема 9. Тактичні прийоми електронної комерції**

Інтернет як основа розвитку системи електронної комерції. Розвиток та використання стандартів в системах електронної комерції. Міжнародні стандарти електронного обміну даними в електронній комерції. Програмні агенти як посередники в електронній комерції. Гнучкість організаційної структури. Підвищення ефективності в електронній комерції. Можливості застосування електронної комерції. Необхідність експериментування в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Правові питання в електронній комерції.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ**

### **Тема 10. Перспективи електронної комерції**

Технології: Інтернет і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротрансакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в мережі Інтернет, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.

### **Тема 11. Зміни в процесі суспільного відтворення, пов'язані з технологіями електронної комерції**

Етапи суспільного відтворення та їх зміст, напрями розвитку. Перспективи розвитку та стан електронної комерції в Україні.



### 3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий розділ 1. РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ПОБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА</b>												
Тема 1. Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура	9	1	1	-	-	7	10	2	-	-	-	8
Тема 2. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції	11	2	2	-	-	7	10	-	-	-	-	10
Тема 3. Платіжні та фінансові системи Інтернет	11	2	2	-	-	7	10	-	-	-	-	10
Тема 4. Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції, її види	9	1	1	-	-	7	10	-	-	-	-	10
<b>Разом за змістовим розділом 1</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>28</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>38</b>
<b>Змістовий розділ 2. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ</b>												
Тема 5. Безпека і захист інформації при електронній комерції	10	2	2	-	-	6	10	-	2	-	-	8
Тема 6. Маркетинг в електронній комерції	9	2	2	-	-	5	5	-	-	-	-	5
Тема 7. Електронний ринок на базі Інтернет	7	1	1	-	-	5	7	-	-	-	-	7
Тема 8. Електронна підтримка споживачів	7	1	1	-	-	5	8	-	-	-	-	8
Тема 9. Тактичні прийоми електронної комерції	9	2	2	-	-	5	10	-	-	-	-	10
<b>Разом за змістовим розділом 2</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>26</b>	<b>40</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>36</b>
<b>Змістовий розділ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ</b>												
Тема 10. Перспективи електронної комерції	4	1	1	-	-	2	5	-	2	-	-	3
Тема 11. Зміни в процесі суспільного відтворення, пов'язані з технологіями електронної комерції	4	1	1	-	-	2	3	-	-	-	-	3
<b>Разом за змістовим розділом 3</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>10</b>
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>58</b>	<b>90</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>84</b>

#### 4. ТЕМИ ЛЕКЦІЙ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура	1
2.	Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції	2
3.	Платіжні та фінансові системи Інтернет	2
4.	Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції, її види	1
5.	Безпека і захист інформації при електронній комерції	2
6.	Маркетинг в електронній комерції	2
7.	Електронний ринок на базі Інтернет	1
8.	Електронна підтримка споживачів	1
9.	Тактичні прийоми електронної комерції	2
10.	Перспективи електронної комерції	1
11.	Зміни в процесі суспільного відтворення, пов'язані з технологіями електронної комерції	1
<b>Разом:</b>		<b>16</b>

#### 5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура	1
2.	Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції	2
3.	Платіжні та фінансові системи Інтернет	2
4.	Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції, її види	1
5.	Безпека і захист інформації при електронній комерції	2
6.	Маркетинг в електронній комерції	2
7.	Електронний ринок на базі Інтернет	1
8.	Електронна підтримка споживачів	1
9.	Тактичні прийоми електронної комерції	2
10.	Перспективи електронної комерції	1
11.	Зміни в процесі суспільного відтворення, пов'язані з технологіями електронної комерції	1
<b>Разом:</b>		<b>16</b>

#### 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура	7
2.	Тема 2. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції	7
3.	Тема 3. Платіжні та фінансові системи Інтернет	7
4.	Тема 4. Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції, її види	7
5.	Тема 5. Безпека і захист інформації при електронній комерції	6
6.	Тема 6. Маркетинг в електронній комерції	5
7.	Тема 7. Електронний ринок на базі Інтернет	5
8.	Тема 8. Електронна підтримка споживачів	5
9.	Тема 9. Тактичні прийоми електронної комерції	5

10.	Тема 10. Перспективи електронної комерції	2
11.	Тема 11. Зміни в процесі суспільного відтворення, пов'язані з технологіями електронної комерції	2
<b>Разом:</b>		<b>58</b>

## 7. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота полягає в опрацюванні окремих тем програми або їх частин, які не викладаються на лекціях.

*Завдання 1. Назвіть для чого використовують системи управління продажами, розкрийте поняття системи повного циклу супроводу клієнтів (CRM-системи) та системи повного циклу супроводження постачальників (SCM-система).*

Студент самостійно повинен відповісти на питання, проаналізувати етапи розвитку систем B2B, розробити схему їх тестування та підбору під задані задачі.

*Завдання 2. Розкрити поняття «корпоративний інформаційний портал».*

Студент самостійно повинен провести аналіз корпоративних інформаційних систем та дослідити поняття «корпоративний інформаційний портал».

*Завдання 3. Розкрити поняття «віртуального підприємства».*

Студент самостійно повинен надати визначення «віртуальному підприємству», проаналізувати чим відрізняється традиційне підприємство від віртуального підприємства та створити власне віртуальне підприємство.

*Завдання 4. Розкрийте сутність та зміст «інтернет-інкубатора».*

Студент самостійно повинен дати визначення поняттю «Інтернет-інкубаторів», пояснити чим відрізняється венчурний інкубатор від венчурного акселератора.

*Завдання 5. Аналіз сучасних тенденції розвитку мобільної комерції.*

Студент самостійно повинен зробити аналіз мобільної комерції на даний час, дослідити переваги і недоліки мобільної комерції. Результати надати у звіті.

*Завдання 6. Аналіз особливостей функціонування інтернет-магазинів, рядів, вітрин.*

Студент самостійно повинен перерахувати надати визначення: що є електронним торговим рядом, назвати три варіанти участі продавця в електронному торговому ряду, визначити позитивні сторони розміщення інформації в електронному торговому ряду, проаналізувати принцип організації Інтернет-вітрини, вказати відмінність Інтернет-вітрини від Інтернет-магазину.

*Завдання 7. Аналіз роботи з пластиковими картами.*

Студент самостійно повинен зробити аналіз видів електронних платіжних систем, дати визначення «пластиковій карті», зробити класифікацію пластикових карт, знайти відмінність дебітної від кредитної

карти, корпоративної від сімейної карти, надати визначення «безконтактної карти», «револьверної карти», поняттям «еквайер» і «емітент».

*Завдання 8. Аналіз ринку електронної комерції в Україні та за кордоном.*

Студент самостійно повинен зробити аналіз зарубіжного досвіду формування ринку електронної комерції, порівняти зі станом ринку в Україні, вивчити особливості побудови електронного бізнесу в Україні.

## **8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

При викладанні навчальної дисципліни «Електронна комерція» застосовуються інформаційні та практичні методи навчання: класичні лекції, лекції-дискусії, практичні заняття, консультації з виконання самостійної та індивідуальної роботи студентів, а також виконання рефератів зорієнтованих на науково-дослідницький пошук студентів, підготовка коротких повідомлень на основі додаткової літератури курсу, письмові завдання при проведенні контрольних робіт.

Методи навчально-пізнавальної діяльності: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, частково-пошуковий або евристичний метод, дослідницький метод.

Методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності: індуктивні і дедуктивні методи навчання, методи стимулювання і мотивації навчання.

## **9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Відповідно до плану вивчення дисципліни «Електронна комерція» передбачається проведення поточного та підсумкового контролю:

- поточний контроль передбачає проведення опитування під час практичних занять;
- контроль виконання ІНДЗ та інших видів робіт;
- підсумковий контроль реалізується у вигляді заліку.

### **Методи контролю:**

1. Оцінювання знань студента під час практичних занять.
2. Виконання завдань для самостійної роботи.
3. Виконання ІНДЗ.
4. Проведення проміжних тестів.
5. Проведення поточного контролю.
6. Проведення підсумкового заліку.

## **10. ФОРМА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ**

Формою підсумкового контролю є **залік**, який складається очно в період призначений деканатом або за індивідуальним графіком, який затверджується навчальним планом. Основною формою підсумкового контролю є тестування, робота над практичним завданням та співбесіда.

## 11. СХЕМА НАРАХУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи з дисципліни «Електронна комерція» здійснюється в балах відповідно до табл.11.1

Таблиця 11.1

### Розподіл балів оцінювання успішності студентів з навчальної дисципліни «Електронна комерція»

Розділ I Поточне тестування та самостійна робота											Розділ II Підсумковий контроль	Всього
Змістовий розділ 1				Змістовий розділ 2					Змістовий розділ 3			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11		
5	5	5	5	5	5	5	5	6	7	7	40	100

*\*T1, T2, ..., T11 – теми занять*

Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

**Поточне оцінювання знань студентів** проводиться протягом семестру у наступних формах:

- усного опитування студентів на практичних заняттях та оцінки рівня їх знань;
- перевірки правильності розв’язання практичних задач;
- експрес-опитування (в усній чи письмовій формі).

#### **Загальна оцінка знань студентів за поточним контролем**

Результати поточного контролю знань студентів в цілому (за усіма формами робіт) оцінюються в діапазоні від **0** до **60** балів. Студент допускається до підсумкового контролю за умови виконання вимог навчальної програми та у разі, якщо за поточну навчальну діяльність він набрав не менше **36** балів.

#### **Підсумкове оцінювання знань студентів**

Підсумкове оцінювання знань студентів проводиться у формі заліку.

#### **Критерії оцінювання знань під час заліку**

Максимальна кількість балів, яку можна отримати на заліку складає **40** балів (див. табл. 11.2).

Під час оцінювання відповіді на окреме питання додатково враховуються допущені недоліки та помилки, якими вважаються:

- неохайне оформлення роботи (не загальноприйняті скорочення, незрозумілий почерк, використання олівців замість чітких чорнил) (мінус **2** бали);
- неточності в назвах окремих економічних категорій та понять (мінус **4** бали).

**Розподіл балів оцінювання при підсумковому контролі з навчальної дисципліни «Електронна комерція»**

Оцінка в балах за поточне оцінювання	Оцінка в балах за підсумкове оцінювання	Оцінка за національною шкалою
54-60	36-40	Відмінно
45-53	30-35	Добре
36-44	24-29	Задовільно
менше 36	менше 24	Незадовільно

**Критерії оцінювання відповіді на теоретичні питання білету:**

1. Повна відповідь на питання, яка оцінюється **«відмінно»**, повинна відповідати таким вимогам:

- розгорнутий, вичерпний виклад змісту даної у питанні проблеми;
- повний перелік необхідних для розкриття змісту питання категорій та законів, що вивчались у навчальному курсі;
- здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки й узагальнення;
- уміння користуватись методами наукового аналізу явищ, процесів і характеризувати їхні риси та форми виявлення;
- демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання;
- використання актуальних фактичних та статистичних даних, знань дат та історичних періодів, які підтверджують тези відповіді на питання.

2. Відповідь на питання оцінюється **«добре»**, якщо:

- відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття хоча б одного з пунктів, вказаних вище (якщо він явно потрібний для вичерпного розкриття питання) або, якщо:
  - при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами зроблені окремі помилки під час: використання цифрового матеріалу.

3. Відповідь на питання оцінюється **«задовільно»**, якщо:

- відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття чотирьох чи більше пунктів, зазначених у вимогах до нього (якщо вони явно потрібні для вичерпного розкриття питання);
  - одночасно присутні чотири чи більше типів недоліків, які окремо характеризують критерій оцінки питання;
  - висновки, зроблені під час відповіді, не відповідають правильним чи загально визначеним при відсутності доказів супротивного аргументами, зазначеними у відповіді;
  - характер відповіді дає підставу стверджувати, що особа, яка складає іспит, не зовсім правильно зрозуміла зміст питання чи не знає правильної відповіді і тому не відповіла на нього по суті, допустивши грубі помилки у змісті відповіді.

З урахуванням вищевикладеного результати заліку оцінюються в діапазоні від **0** до **40** балів для студентів. При цьому, якщо відповіді студента на заліку оцінені менше ніж на 30%, він отримує незадовільну оцінку за результатами заліку та незадовільну загальну підсумкову оцінку. Загальна підсумкова оцінка з дисципліни складається з суми балів за результати поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на залік.

Загальна підсумкова оцінка не може перевищувати **100 балів**.

Загальна підсумкова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента (див. табл. 11.3).

Таблиця 11.3

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 12. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

- робоча навчальна програма дисципліни;
- плани лекцій, практичних занять та самостійної роботи студентів;
- тези лекцій з дисципліни;
- методичні рекомендації та розробки для викладача;
- методичні вказівки до практичних занять для студентів;
- методичні матеріали, що забезпечують самостійну роботу студентів;
- тестові та контрольні завдання до практичних занять;
- перелік питань та завдань для поточного і проміжного контролю знань з дисципліни;
- перелік питань до заліку, завдання для перевірки практичних навичок під час заліку.

### 13. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

#### Основна (базова):

1. Від ідеї до власної справи: Навч. посібник. /А.С.Коноваленко, Л.О.Болтянська, Д.М. Трачова та інш. - Мелітополь.: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017 – 278 с.
2. Пістунов І. М. Безпека електронної комерції: навчальний посібник / І. М. Пістунов, Є. В. Кочура ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – 125 с.
3. Лисак О.І., Андреева Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій / О.І. Лисак, Л.О. Андреева., В.М. Тебенко – Мелітополь: Люкс, 2020. – 225 с.
4. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір. – 2015. – № 1. – С. 283- 291.

#### Допоміжна:

1. Петрик Е.А. Интернет-маркетинг / Московская финансово-промышленная академия - М., 2004 - 299 с. Валевський О.Л. Державна політика в Україні: методологія аналізу, стратегія, механізми впровадження: Моногр. / О.Л. Валевський. - К.: НІСД, 2001. - 240 с.
2. Апатова Н.В. Теория информационной экономики / Апатова Н.В. – Симферополь: ЧП Бондаренко, 2005. – 336 с.
3. Артюх Т.М. Міжнародне технічне регулювання: навчальний посібник. / Т.М. Артюх, І.В. Григоренко - К.: НУХТ, 2015. - 350 с.
4. Береза А.М. Електронна комерція: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2002. — 320 с.
5. Попов В. М. Глобальный бизнес и информационные технологии: современная практика и рекомендации / В. М. Попов, Р. А. Маршавин, С. И. Ляпунов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 272 с.
6. Плєскач В.Л.,Затонацька Т.Г. Електронна комерція. Підручник.- К.: Знання, 2007.- 535 с.
7. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: Підручник. / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.

### 14. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ:

1. Електронна комерція в Україні 2019: цифри і факти // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2019>.
2. E-Commerce Europe. European B2C E-commerce Report 2019 // Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures.electcom/06-57452\\_Ebook.pdf](http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures.electcom/06-57452_Ebook.pdf).
3. The Geneva Ministerial Declaration on global electronic commerce. World Trade Organisation. 1998 // Електронний ресурс. – Режим доступу: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/ecom\\_e/mindecl\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindecl_e.htm).



4. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: Постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833 // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>.
5. Про Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 8 лютого 1995 р. № 108 // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108-95-%D0%BF>.
6. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>.
7. Сайт безкоштовних електронних підручників онлайн // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://pidru4niki.com>.
8. Офіційний сайт студентської електронної бібліотеки «ЧИТАЛКА» // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://chitalka.info>.
9. Офіційний сайт онлайн-бібліотеки освітньої та наукової літератури // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://eduknigi.com>.
10. Сайт електронної бібліотеки підручників // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://studentam.kiev.ua>.