


ПрАТ «ВНЗ»МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ  
ПЕРСОНАЛОМ»  
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу

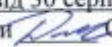


Кафедра маркетингу

Затверджую:  
Директор ІННУЕБ  
"03" вересня 2024 р.

  
І. А. Семенець-Орлова

Схвалено на засіданні кафедри  
менеджменту

Протокол № 1 від 30 серпня 2024 р.  
Завідувач кафедри  О.І. Даций

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»**

із загальноакадемічного каталогу вибіркових дисциплін (перший, другий, третій рівні  
вищої освіти)

**КИЇВ МАУП 2024**

**Розробник програми навчальної дисципліни:**

*Каліна Ірина Іванівна доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу*

**Викладач:**

*Каліна Ірина Іванівна доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу*

Силабус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 1 від 30 серпня 2024 р)

Завідувач кафедри

  
(підпис)

О.І. Дацій

Силабус перевірено

28.08. 2024 р.

Заступник директора

  
(підпис)

І.І. Каліна

**Кафедра маркетингу**

Назва дисципліни	<i>Електронна комерція</i>
Викладач (-і)	<i>Каліна Ірина Іванівна</i>
Портфоліо викладача (-ів)	<a href="https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-marketingu/kalina.html">https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-marketingu/kalina.html</a>
Контактний тел.	+380676823484
E-mail:	<i>kalinargz@gmail.com</i>
Сторінка дисципліни на сайті	
Консультації	Вівторок 14 <sup>30</sup> – 15 <sup>50</sup>

**1. Коротка анотація до дисципліни.** Сучасному середовищі фахівець повинен знати і уміти використовувати в повсякденній роботі новітні інформаційні технології. Швидкий розвиток і широке застосування засобів обчислювальної техніки і мережевих технологій визначають вимоги до підготовки сучасного спеціаліста, що повинен за допомогою впровадження і використання систем електронної комерції вміти аналізувати та підвищувати ефективність складних економічних процесів на підприємстві. «Електронна комерція» є однією з прикладних дисциплін професійної підготовки, яка має одночасно теоретичне, методологічне і прикладне значення.

**2. Мета:** дати майбутнім фахівцям знання та навички теоретико-методологічних, методичних, технологічних і змістовних аспектів організації і проведення електронної комерції, уявлення про можливості використання електронної комерції для прийняття грамотних організаційних та виробничих рішень.

**3. Завдання:** Завданнями дисципліни є 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.

**Формат курсу:** очний (*offline*)

**4. Програмні результати навчання (інтегральні, загальні, фахові компетентності):**

Компетентність	Ступінь сформованості компетентності	Оцінювання
Здатність презентувати результати досліджень на всіх рівнях українською та однією з іноземних мов європейського простору, аргументувати та обґрунтовано відстоювати власну наукову позицію.	Повністю. Співвідноситься з метою курсу	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність налагоджувати наукову взаємодію та міжнародне науковотехнічне, освітнє та культурне співробітництво.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність до самовдосконалення та досягнення найвищої професійної майстерності.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність планувати й	Частково. Разом з іншими	Поточне, рубіжне

організувати роботу проектних груп з вирішення наукових, науково-освітніх завдань тощо.	освітніми компонентами освітньої програми	(модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність організувати та підтримувати публічний дискурс у процесі розробки політики в різних галузях, використовувати комунікативні та evidencebased інструменти для прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління та адміністрування.	Повністю. Співвідноситься з метою курсу	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)
Здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення, в тому числі в конфліктних ситуаціях, а також з метою їх запобігання.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне, рубіжне (модульний контроль), підсумкове (залік)

**5. Тривалість курсу.** 90 годин (3 кредитів ЄКТС), з них: 34 години аудиторної роботи; 56 годин – самостійної роботи.

**6. Статус дисципліни:** *вибіркова*

**7. Пререквізити:** Курс «Електронна комерція» базується на загальних знаннях економічної теорії й взаємопов'язане з такими дисциплінами, як «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові дослідження», «Економічна теорія», «Інформатика» «Маркетинг», «Фінанси», «Економіка підприємства», «Інформаційні системи в економіці» тощо.

**8. Технічне й програмне забезпечення /обладнання** – мультимедійний проектор та комп'ютер для проведення аудиторних занять, доступ студентів до Інтернету.

**9. Політика курсу:** передбачає

- Роботу в команді.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності (Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента - відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату).
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.
- Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

**10. Зміст дисципліни:** Курс складається з двох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської/практичної частин:

*Змістовний модуль 1. Основи електронної комерції* (лекції – 1-3 теми, семінарські заняття - теми 1-3)

*Змістовний модуль 2. Напрямки застосування методів і технологій електронної комерції* (лекції 1-3 тему, семінарські заняття - теми 1-3)

**11.Форми і методи навчання.**

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації.**

При викладанні *лекційного матеріалу* передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-візуалізації, проблемні лекції, бінарні лекції, лекції – консультації.

*Лекція-візуалізація* - це візуальна форма подачі лекційного матеріалу засобами ТЗН або аудіовідеотехніки (відео-лекція).

На *проблемній лекції*, новий теоретичний матеріал подається як невідоме, яке слід відкрити, вирішивши проблемну ситуацію.

*Бінарна лекція* передбачає викладення матеріалу у вигляді діалогу двох викладачів.

Особливістю *лекції – консультації* є те, що студентам попередньо роздають розгорнуті конспекти або опорні конспекти лекції, а під час її проведення відповідають на виниклі запитання.

*Семінарські/практичні заняття* проводяться у формі експрес-опитування студентів, усного опитування, тестування, «мозкового штурму», обговорення ситуаційного завдання). Під час семінарських занять студенти виконують усні та письмові завдання, виступають з доповідями і презентаціями, займаються складанням конспекту, тез, анотацій; написанням і захистом рефератів; рецензуванням; виконанням індивідуальних творчих завдань; складання схем, таблиць тощо розробкою інтелектуальних карт (*критерії оцінювання див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.3.*).

**12. Оцінювання знань** здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ«ВНЗ«МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

#### Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	5	5
Відвідування семінарських занять	1	3	3	5	5
Відвідування практичних занять	-	-	-	-	-
Робота на семінарському занятті	10	3	30	5	50
Робота на практичному занятті	-	-	-	-	-
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	-	-	-	-	-
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	5	25
Виконання модульної роботи	20	1	20	1	20
Виконання ІНДЗ	30	-	-	-	-
Разом по модулям і ІНДЗ	30		71	-	105
Максимальна кількість балів					206
206:100=2,06. Студент набрав X балів; Розрахунок: X:2,06 = загальна кількість балів.					

#### 13. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Самостійна робота включає дослідження електронних джерел, пошук друкованих публікацій (наукові праці, статті у періодичних виданнях, документи, офіційні звіти, статистичні матеріали, законодавчі та інші нормативно-правові акти за дисципліною).

**Критерії оцінювання:**

- змістовність – 3 бали;
- відповідність темі та вимогам оформлення – 2 бали.

*Максимальна кількість балів за самостійну роботу – 5 балів.*

**14. Форми проведення поточного, рубіжного (модульного) контролю та критерії оцінювання.**

Поточний контроль відбувається впродовж вивчення дисципліни на семінарських заняттях у формі: семінарів-круглих столів та семінарів з індивідуальною роботою. Під час поточного контролю оцінюються такі компоненти:

- повнота відповіді – 3 бали;
- аналіз різних поглядів, джерел літератури, підходів до вивчення проблеми (питання) – 5 балів;
- вільне володіння інформацією, відповіді на додаткові запитання – 2 бали.

**Максимальна кількість балів - 10 балів.**

**Рубіжний (модульний) контроль відбувається** в кінці вивчення блоків змістових модулів і здійснюється у вигляді виконання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації за тематикою *самостійного вивчення матеріалу відповідного змістового модуля (5 хв. зі слайдами)*. Тематика завдань вибирається студентом у прив'язці до теми наукового дослідження і в кінцевому випадку має слугувати розширенню знань, навиків та можливостей, необхідних для написання дисертації. Під час рубіжного (модульного) контролю оцінюються такі компоненти:

- слайди до презентації – 5 балів
- повнота розкриття теми, висвітлення сучасної проблематики, аналіз різних концепцій, підходів, ідей – 10 балів
- якість оформлення бібліографічних даних, науковий стиль – 5 балів
- самостійність та креативність – 5 балів

**Максимальна кількість балів - 20 балів.**

**15. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання:**

*Залік.* Студенти готують текст наукового проекту та усну мультимедійну презентацію. Тематика проектів має відображати проблематику дисертаційних досліджень студентів. (Методологічні рекомендації до проведення й оцінювання заліку див. *Робоча навчальна програма дисципліни*).

**16. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю (див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.5).**

**17. Шкала відповідності оцінок**

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	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## **18. Рекомендовані джерела (література):**

### ***Основна (базова):***

1. Галич О. А., Копішинська О. П., Дресвяннікова Н. А., Уткін Ю. В. Електронна комерція: навчальний посібник. Полтава, 2018. 272 с.
2. Кісь Г. Р. Електронна комерція: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2014. 98 с.
3. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с
4. . Про електронну комерцію: Закон України №675-VIII [чинний]. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 45, ст.410.
5. Шалева О.І. Електронна комерція : навч. посібник / Шалева О. І. – К. : ЦУЛ, 2017. – 216 с
6. Цифровий маркетинг: Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Маркетинг» галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг та 073 Менеджмент денної та заочної форм навчання / уклад. О.М. Клімович – Луцьк: ЛНТУ, 2019. - 84 с.

### ***Додаткова:***

7. . Шалева О. І. Організація і розвиток мобільної комерції в умовах становлення глобального інформаційного простору / О. І. Шалева // Глобальні та національні проблеми економіки : електронне наукове видання. - Вип. 7, 2015. - С. 925-929. - Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/194.pdf>
8. Шиндировський І. М. Характеристика користувачів всесвітньої мережі Інтернет / І. М. Шиндировський, І. П. Міщук, О. І. Шалева // Вісник Львівського-торговельно-економічного університету / [ред. кол. : Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельного університету, 2018. – Вип. 56. – С. 105-111.
9. Douglas K. 2015 State of Digital Marketing. Spiceworks IT Platform. 2014. URL: <http://www.spiceworks.com/marketing/2015-state-digital-marketing/>.
10. Knipp K. Get Agile: Running a Marketing Team Like a Startup. Hubspot Blog. 2017. URL: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/13703/get-agilerunning-a-marketing-team-like-a-startup.aspx>.

### ***Електронні ресурси***

- <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);
- <http://barhan.poll/ava,ua/marek/> – розділ маркетинг і реклама: теоріяпрактичні поради;
- <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України);
- <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики);
- <http://www.obriy-marketing.kiev.ua> – маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (Обрій-маркетинг);
- <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професійний журнал;
- <http://udc.com.ua/> – проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма;
- <http://www.i2.com.ua> – Бібліотека інтелектуальні системи прогнозування: фінанси, валюта, економіка, маркетинг, менеджмент, цінні папери, біржі;

## V. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «Електронна комерція»

Разом: 90 год., з них 20 год. – лекції, 14 год. – семінарські заняття; самостійна робота – 56 год., модульний контроль – 5 год.

Кількість балів	206 балів							
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II				
Назва модуля	<i>Основи електронної комерції (71)</i>			<i>Напрямки застосування методів і технологій електронної комерції (105)</i>				
Лекції	1 (1 бал)	2 (1 бал)	3 (1 бал)	4 (1 бал)	5 (1 бал)	6 (1 бал)	7 (1 бал)	8 (1 бал)
Теми лекцій	Основні поняття електронної комерції	Маркетинг в електронній комерції	Електронний ринок на базі Інтернет	Електронна підтримка покупців в споживацькому секторі	Тактичні прийоми електронної комерції	Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет	Електронні платіжні системи та фінансові інструменти	Системи електронної комерції в корпоративному секторі
Семінарські і	1 (10 бал)	2 (10 бал)	3 (10 бал)	4 (10 бал)	5 (10 бал)	6 (10 бал)	7 (10 бал)	8 (10 бал)
Теми семінарських занять	Основні поняття електронної комерції	Маркетинг в електронній комерції	Електронний ринок на базі Інтернет	Електронна підтримка покупців в споживацькому секторі	Тактичні прийоми електронної комерції	Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет	Електронні платіжні системи та фінансові інструменти	Системи електронної комерції в корпоративному секторі
Самостійна робота	1 (5 балів) – 3*5=15			2 (5 балів) 5*5=25				
Поточний контроль	Модульна контрольна робота №1 (20 балів)			Модульна контрольна робота №2 (20 балів)				
Підсумковий контроль	Розрахунковий коефіцієнт: 2,06							