



СИЛАБУС
вибіркової навчальної дисципліни
кафедрального каталогу
ІНТЕРНЕТ-КОМЕРЦІЯ
Обсяг (3/90)

першого рівня вищої освіти

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



Викладач – Кочнова Ірина Валентинівна,
старший викладач.

Контактна інформація:

- +380676122236;
- e-mail: igrair13@ukr.net;
- головний корпус, 281 аудиторія.

Час і місце проведення консультацій:

Консультації он-лайн за запитом на e-mail:
igrair13@ukr.net.

ОПИС КУРСУ

Вибіркова навчальна дисципліна «Інтернет-комерція» спрямована на оволодіння сучасними знаннями щодо комплексу організаційних, технічних, комунікаційних і програмних засобів, призначених для створення і розвитку середовища взаємодії суб'єктів комерційної діяльності в Інтернет.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. Мета курсу: є формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і практичних навиків щодо виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів для успішного і безпечного ведення бізнесу в мережі Інтернет.

2. Компетентності та результати навчання, формування яких забезпечує вивчення дисципліни:

загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.



ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
фахові компетентності:

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

очікувані програмні результати навчання:

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
Змістовий модуль 1. Інтернет-комерція в системі ринкових відносин		
1	Тема 1. Сутність і зміст інтернет-комерції, (2 год.)	Лр. №1. «Сутність і зміст інтернет-комерції», (2 год.)
2	Тема 2. Системи електронної комерції в корпоративному секторі B2B (2 год.)	Лр. №2. «Системи електронної комерції в корпоративному секторі B2B», (2 год.)
3	Тема 3. Системи електронної комерції в секторі B2C, (2 год.)	Лр. №3. «Системи електронної комерції в секторі B2C», (2 год.)
Змістовий модуль 2. Технології ведення бізнесу в мережі Інтернет		
4	Тема 4. Організація і технологія роботи інтернет – магазину, (2 год.)	Лр. №4. «Організація і технологія роботи інтернет -магазину», (2 год.)
5	Тема 5. Організація надання послуг в електронній комерції. Логістика – основа електронного бізнесу, (2 год.)	Лр. №5. «Послуги в електронній торгівлі. Платіжні системи», (2 год.)
6	Тема 6. Організація комунікаційної політики в мережі інтернет, (2 год.)	Лр. №6. «Web – сторінка компанії та її місце в загальній програмі комунікацій в мережі інтернет», (2 год.)
7	Тема 7. Реклама, стимулювання збуту и зв'язки з громадськістю в мережі Інтернет, (2 год.)	Лр. №7. «Просування в мережі інтернет», (2 год.)



САМОСТІЙНА РОБОТА

Таблиця 2 – План самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Види СР	Кількість годин (СР+ консультивання)	Контрольні заходи
1	2	3	4	5
1	Сутність і зміст інтернет-комерції.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою, пошук наукових статей.	4	Аудиторне опитування
2	Системи електронної комерції в корпоративному секторі В2В.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою, пошук наукових статей.	4	Аудиторне опитування Презентація результатів
3	Системи електронної комерції в секторі В2С.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою: приклади комерційної реклами	10	Аудиторне опитування Презентація результатів
4	Організація і технологія роботи Інтернет – магазину.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою: приклади некомерційної реклами	10	Аудиторне опитування Презентація результатів
5	Організація надання послуг в електронній комерції. Логістика – основа електронного бізнесу.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою: приклади рекламних звернень.	14	Аудиторне опитування. Тестування. Презентація результатів
6	Організація комунікаційної політики в мережі інтернет.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою Вибір рекламного агентства та аналіз його діяльності.	10	Аудиторне опитування. Презентація результатів аналізу
7	Реклама, стимулювання збуту и зв'язки з громадськістю в мережі інтернет.	Ознайомлення з додатковою літературою за тематикою: приклади нових рекламних напрямів.	10	Аудиторне опитування. Тестування. Презентація результатів
	Разом		62	

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні розробки:

1. Павлішина Н.М., Кочнова І.В. Конспект лекцій вибіркової навчальної дисципліни факультетського каталогу «Інтернет-комерція». 2022. 54 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua>

2. Методичні вказівки до проведення лабораторних робіт з дисципліни «Інтернет-комерція» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 075 «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» денної форми навчання. Укл.: Н.М. Павлішина, І.В. Кочнова. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022, 48 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua>



3. Методичні рекомендації для виконання контрольних робіт з дисципліни «Інтернет-комерція» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 075 «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» заочної форми. Укл.: І.В. Кочнова. 2020, 23 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua>

4. Методичні рекомендації до проведення самостійної роботи з дисципліни «Інтернет-комерція» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 075 «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» для всіх форм навчання. Укл.: І.В. Кочнова. 2020, 15 с. URL: <https://moodle.zp.edu.ua>

Літературні джерела:

Законодавчі та нормативні документи

1. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення 31.08.22).

2. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 31.05.2005 № 2594-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення 31.08.22).

3. Закон України «Про захист інформації в інформаційно телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80/94-ВР. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>. (дата звернення 31.08.22).

4. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.1998 № 74/98-ВР. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення 31.08.23).

Базова

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет торгівля: навчальний посібник. К.: Аграр Медіа Груп. 2021. 454 с.

2. Береза А.М., Козак І. А., Левченко Ф. А. та ін. Електронна комерція : навч. посібник. К: КНЕУ, 2009. 326 с.

3. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: підручник. К.:Знання, 2007. 535с.

4. Гардаскіна Т.М., Стрельчук, Ю.В. Терешко. Електронна комерція: навч. посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.

5. Шалева О.І. Електронна комерція : навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

Додаткова

1. Швиденко М.З., Касаткіна О.М., Швиденко О.М. Електронна комерція : підручник. Національний університет біоресурсів і природокористування України. Перевидання, доповнене і перероблене. К. : ФОП Ямчинський О.В., 2020. 478 с.

2. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції. URL : <http://eb.dep145.org.ua/node/5> (дата звернення 30.08.23).

3. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики. URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-komerciya-vukrayinikonkurentnyy-dysbalans-i-podatkovy-vyklyku> (дата звернення 30.08.23).

4. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. URL: <https://yurgazeta.com/publications/practice/medichne-pravofarmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html> (дата звернення: 04.02.2023).

5. Артеменко Д.С., Бражник В.О. Проблеми правового регулювання електронної комерції. *Молодий вчений*. 2018. № 11(2). С. 780-783.

6. Батрименко В.В. Запровадження сучасних форм електронної комерції в умовах діджиталізації світової економіки. *Стратегія розвитку України* № 2. 2019 С. 58-65.



Інформаційні ресурси

1. <http://ain.ua>
2. <http://www.ecommercetimes.com>
3. <http://www.mon.gov.ua>
4. <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>

ОЦІНЮВАННЯ

Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів з дисципліни «Інтернет-комерція», згідно Рекомендації з навчально-методичного забезпечення у Національному університеті «Запорізька політехніка»¹ є:

- залік;
- поточне усне опитування;
- оцінка виконання лабораторних робіт;
- стандартизовані тести;
- реферати;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінка виконання та захисту контрольної роботи (для студентів заочної форми навчання)
- інші види індивідуальних завдань;
- підсумковий контроль у формі заліку.

Критерії оцінювання

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка»², контрольні заходи включають в себе вхідний, поточний, рубіжний (модульний, тематичний, календарний), відстрочений, підсумковий та семестровий контроль, а також комплексні контрольні роботи та ректорські контрольні роботи.

Система контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Інтернет-комерція» включає в себе поточний, рубіжний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Об'єктами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Інтернет-комерція» є:

- відвідування лекційних та лабораторних занять;
- систематичність та активність роботи під час виконання лабораторних занять;
- виконання обов'язкових завдань самостійної роботи;
- виконання індивідуальних дослідницьких завдань (за вибором здобувача вищої освіти або викладача);
- виконання обов'язкових завдань самостійної роботи;
- виконання індивідуальних дослідницьких завдань (за вибором здобувача вищої освіти або викладача);
- участь в конференціях, конкурсах наукових робіт та інноваційних проєктів, олімпіадах.

¹ Рекомендації з навчально-методичного забезпечення у Національному університеті «Запорізька політехніка» / Укладачі: С.Б. Беліков та ін. Запоріжжя: Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ, НУ «Запорізька політехніка». 2019. 18 с.

² Положення про організацію освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка» / Укладачі: В. Грешта та ін. НУ «Запорізька політехніка», 2021. 41 с.



Для здобувачів вищої освіти *денного відділення* поточний контроль та оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за наступними напрямками:

- робота на лекціях (присутність на лекційних заняттях, ведення конспекту, участь в експрес-опитуванні (тестуванні); участь у навчальній дискусії;
- робота на лабораторних заняттях (активність, участь в дискусіях, тощо).

Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією під час проведення заліку і враховуються викладачем при визначенні результатів рубіжного контролю та підсумкової оцінки з дисципліни.

Рубіжний (модульний, тематичний, календарний) контроль – це контроль знань здобувачів вищої освіти після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни. Проводиться у вигляді модульної контрольної роботи або за результатом поточного контролю.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах за 100-бальною системою.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль з дисципліни «Інтернет-комерція» проводиться у формі семестрового заліку в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом здобувача вищої освіти.

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в залікову відомість є сумою балів за різні види навчальної роботи.

Протягом семестру студент проходить два рубіжних контролю по 2-м змістовним модулям, кожний з яких оцінюється за 100-бальною шкалою. Студент може отримати залікову оцінку по дисципліні за результатами поточної роботи та рубіжних контролів відповідно.

Під час контролю враховуються наступні види робіт:

- відвідування лекційних занять (всього 7 занять по 2 бали = 14 балів), відвідування лабораторних занять (всього 7 занять по 2 бали = 14 балів);
- наявність конспекту лекцій – до 20 балів;
- активність роботи студента на лабораторних заняттях оцінюється до 5 балів (всього 7 занять по 5 бали = 35 балів);
- самостійна робота – до 17 балів.

Індивідуальні науково-дослідні завдання:

- підготовка тез доповідей за тематикою розділів дисципліни, виступи на конференціях – 20 балів.

Якщо здобувач вищої освіти не склав залік за поточними результатами та результатами модульного контролю, залік виставляється за результатами оцінювання залікового білету. Контрольні питання до заліку здобувачі вищої освіти можуть знайти в системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка» в Методичних вказівках з дисципліни: <https://moodle.zp.edu.ua>.

Підсумкова оцінка визначається як середня двох контролів за перший та другий змістовні модулі.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при поточному оцінюванні знань (модульний контроль)



Поточне тестування та самостійна робота										
Модуль 1					Модуль 2					
T1	T2	T3	Рубіжний контроль	сума	T4	T5	T6	T7	Рубіжний контроль	сума
20	20	20	40	100	10	10	10	10	60	100
$(100+100)/2 = 100$ (максимальна поточна оцінка)										

T 1, T 2, ..., T 7 – теми змістовного модуля

Контроль знань здобувачів вищої освіти заочного відділення здійснюється шляхом виконання та подальшого захисту контрольної роботи у вигляді відповідей на питання, що стосуються змісту роботи (максимально 40 балів). Зміст завдань контрольної роботи можна знайти в системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка» у Методичних рекомендаціях з дисципліни: <https://moodle.zp.edu.ua>. Під час складання заліку студент відповідає письмово на два питання у заліковому білеті. За кожну правильну відповідь отримує 30 балів максимально. До залікової відомості заносяться результати в балах за 100-бальною шкалою.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
60 – 100	60 – 100	зараховано
1-59	незадовільно	не зараховано

ПОЛІТИКИ КУРСУ

При вивченні тем дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- сутність та основні поняття інтернет-комерції;
- основні принципи функціонування електронної комерції;
- основні моделі систем електронної комерції;
- основні переваги ведення бізнесу за допомогою internet.

вміти:

- вміти користуватися мережею інтернет та її основними службами;
- працювати з інтерактивними web-сторінками магазинів, банків, журналів, спеціалізованих дослідницьких агенцій тощо;
- використовувати засоби електронної комерції;
- мати навички створення власних інтернет-проектів.

Порушеннями академічної доброчесності вважаються:

- при вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf.

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ



Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.



