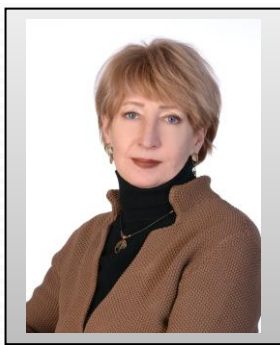




СИЛАБУС
вибіркової навчальної дисципліни
факультетського каталогу
ІНТЕРНЕТ-КОМЕРЦІЯ

Обсяг освітнього компоненту: Кількість годин – 90; кредитів – 3; розподіл
Вид контролю – залік.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



Керівник – Соколова Ю.О., к.е.н., доцент.

*Викладач – Кочнова Ірина Валентинівна,
старший викладач.*

Контактна інформація:

- номер телефону: +380676122236;
- e-mail: igrair13@ukr.net;
- навчальний корпус та номер аудиторії: головний навчальний корпус Університету, а. 281.

Час і місце проведення консультацій:

За розкладом, головний навчальний корпус, а.281.

ОПИС КУРСУ

Актуальність вивчення дисципліни «Інтернет-комерція» зумовлена інформаційним розвитком суспільства, розвитком техніки й технологій та необхідністю використання передових прийомів обробки інформації користувачем, розширення можливостей Інтернет-мережі шляхом застосування її ресурсів у практичній діяльності людини.

Дисципліна «Інтернет-комерція» охоплює набір технологій та сервісів, що надають можливість представити товари й послуги, а також приймати замовлення й отримувати оплату в мережі 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:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

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

результати навчання:

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

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.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для успішного навчання та опанування компетентностями з дисципліни «Інтернет-комерція», необхідно мати здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу інформації, застосовувати отримані знання на практиці, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, виявляти ініціативу та широкий світогляд.

Дисципліни, вивчення яких передують дисципліні «Інтернет-комерція» та полегшують її засвоєння: «Вступ до спеціальності», «Економіка підприємства», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Маркетинг», «Іноземна мова».

Дисципліна вивчається у 3-му семестрі підготовки бакалаврів.

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 і 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+ консультування)	Контрольні заходи
1	2	3	4	5
1	Сутність і зміст інтернет-комерції.	Набути практичних навичок роботи з пошуковими системами та провести порівняльний аналіз традиційної та електронної комерції.	10	Аудиторне опитування. Презентація результатів
2	Системи електронної комерції в корпоративному секторі B2B.	Набути практичних навичок здійснення процесу купівлі-продажу в корпоративному секторі B2B.	10	Аудиторне опитування Тестування Презентація результатів
3	Системи електронної комерції в секторі B2C.	Набути практичних навичок здійснення процесу купівлі-продажу в приватних секторах B2C та C2C.	10	Аудиторне опитування Тестування Презентація результатів
4	Організація і технологія роботи Інтернет-магазину.	Вивчити процес створення та особливості функціонування Інтернет-магазину. Набути практичних навичок купівлі товару в Інтернет-магазині.	10	Аудиторне опитування Тестування Презентація результатів
5	Організація надання послуг в електронній комерції. Логістика – основа	Набути практичних навичок роботи з платіжними системами.	6	Аудиторне опитування Тестування Презентація результатів



	електронного бізнесу.			
6	Організація комунікаційної політики в мережі інтернет.	Набути практичних навичок створення Інтернет-сторінки, призначеної для реалізації товарів чи надання послуг.	6	Аудиторне опитування Тестування Презентація результатів
7	Реклама, стимулювання збуту и зв'язки з громадськістю в мережі інтернет.	Набути практичних навичок дослідження Інтернет-середовища.	10	Аудиторне опитування Тестування Презентація результатів
	Разом		62	

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні розробки:

1. 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>.

2. 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>.

3. 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>.

4. Конспект лекцій з дисципліни «Інтернет-комерція» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»). Укл. Н.М. Павлішина, І.В. Кочнова. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», URL: <https://moodle.zp.edu.ua>.

Літературні джерела:

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. Сак Т.В. Електронна комерція та глобальне підприємництво. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 113 с.

3. Лебеденко С.О. Електронна комерція: навч. посіб. для студ. спец. 075 «Маркетинг». Київ. КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 73 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/e92f575b-7cf4-46f1-96dc-fc73938d69ab/content>.

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

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

6. Кочнова І.В. Маркетингові засоби визначення стратегічних напрямів впровадження Інтернет-технологій. *Тиджєнь науки-2015*. Запоріжжя, 12-16 квіт. 2015 р., відп. ред. Ю.М. Внуков. Запоріжжя: ЗНТУ, 2015. С. 352.



7. Петриченко А. Як «почуває» себе електронна комерція в Україні: дослідження, тренди, інсайти: статистика 2021-2024. URL: <https://shop-express.ua/ukr/blog/ecommerce-research-trends-insights/#>.

ОЦІНЮВАННЯ

Контроль знань з дисципліни «Інтернет-комерція» здійснюється за рейтинговою системою оцінювання. Рейтингова оцінка за результатами вивчення дисципліни «Інтернет-комерція» визначається як середня двох змістовних модулів, у межах яких розподілені теми.

Для здобувачів вищої освіти денної форми навчання використовуються наступні засоби оцінювання:

- поточний контроль реалізується у формі усного опитування, виступів на лабораторних заняттях, поточного тестування, правильності виконання практичних завдань, у тому числі запланованих на самостійне опрацювання тощо;

- залік.

Для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання засоби оцінювання: захист лабораторної роботи, підсумковий контроль у формі заліку: тести.

Оцінка на заліку виставляється у відповідності до існуючих шкал оцінювання.

Впродовж семестру здобувачі вищої освіти можуть отримати максимум 100 балів за кожний модуль:

- виконання лабораторних завдань – до 35 балів (планом передбачено 7 лабораторних занять, тому за кожну тему можна отримати від 0 до 5 балів: 2 балі – повна відповідність завданню, вичерпний та якісний результат; 2 балі – впевнене та ефективне використання інструментів інтернет-комерції; 1 бал – презентація завдання.

- поточний контроль – до 45 балів (здійснюється з 7 тем, тому за кожну тему можна отримати від 0 до 6,5 балів: 1,5 балів – знання теоретичних аспектів за темою – визначаються в результаті тестування; 2 балі – опанування практичного інструменту у відповідності до змісту теми; 2 балі – участь в обговореннях, дискусіях);

- неформальна та/або інформальна освіта (відвідування тренінгів, семінарів – до 5 балів, отримання сертифікатів з інтернет-комерції або його окремих складових – до 5 балів, участь у кейс-чемпіонатах – до 3 балів, академічна мобільність – до 2 балів) – до 15 балів;

- наукова діяльність (участь у науковій темі кафедри, участь у конференціях, написання статей) – до 15 балів.

ПОЛІТИКИ КУРСУ



Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

В разі, якщо здобувач вищої освіти проходить додаткове навчання (неформальна та/або інформальна освіта) на освітніх платформах (наприклад, Prometheus), в інформаційних центрах, вивчає дисципліни в інших закладах освіти в межах академічної мобільності, бере участь у кейс-чемпіонатах (наприклад, Marketing Hackathon від компанії Genesis), науковій роботі кафедри, то результати додаткового навчання та активності можуть бути зарахованими або як певна частина годин дисципліни, що відводиться на самостійну роботу, або врахована під час підсумкового оцінювання.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protsesu.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».



Для того, щоб мати доступ до навчально-методичних матеріалів дисципліни, необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle –
<https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6207>.



ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

