

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин (№ 605)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми


Д.С. Ревенко
(ініціали та прізвище)

« 31 » 08 2021 р.

СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронна комерція

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: **05 Соціальні та поведінкові науки**

(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: **051 Економіка**

(код і найменування спеціальності)


Освітня програма: **Економіка підприємства**

(найменування освітньої програми)

Рівень вищої освіти: *початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти*


Силабус введено в дію з 01.09.2021 року

Харків – 2021 р.

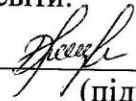
Розробник: Лістрова О.С., доцент кафедри 605, к.т.н., доцент 
(прізвище та ініціали, посада, наукова ступінь та вчене звання)
(підпис)

Силабус затверджено на засіданні кафедри Кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин (№ 605)

Протокол № 1 від «30» серпня 2021 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор 
(наукова ступінь та вчене звання) І.О. Давидова
(ініціали та прізвище) (підпис)

Погоджено з представником здобувачів освіти:

Представник студентів в групі 
(ініціали та прізвище) (підпис) Д.О. Вербітський

Загальна інформація про викладача



Лістрова Олена Сергіївна, к.т.н.
доцент викладає в університеті наступні дисципліни:

- Цифровий маркетинг;
- Електронна комерція;
- Поведінка споживача;
- Економічний аналіз;
- Маркетинговий менеджмент;

Напрями наукових досліджень:
маркетинг, просування бізнесу в
Інтернеті, поведінка споживачів на
просторі Інтернету.

2. Опис навчальної дисципліни

Семестр, в якому викладається дисципліна 2

Обсяг дисципліни: 4 кредитів ЄКТС 120 годин, у тому числі аудиторних – 48 год., самостійної роботи здобувачів – 72 год.

Форма здобуття освіти – денна

Дисципліна вибіркова

Види навчальної діяльності – лекції, практики

Види контролю – модульний контроль, іспит

Мова викладання – українська

Пререквізити – дисципліна індивідуального вибору 1.

Кореквізити – дисципліна індивідуального вибору 3.

3. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: ознайомлення студентів з теоретичними основами електронної комерції, формування практичних навичок організації комерційної діяльності сучасних суб'єктів господарювання у глобальному інформаційному середовищі.

Завдання:

1. Розкрити теоретичні та прикладні аспекти формування й функціонування електронної комерції в сучасних умовах.
2. Вивчити характер і особливості організації діяльності специфічних суб'єктів електронного бізнесу, зокрема електронних магазинів, аукціонів, торговельних майданчиків, платіжних систем.

3. Проаналізувати специфіку надання різних видів послуг, маркетингового забезпечення та цінової політики в електронній комерції.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- теоретичні відомості щодо застосування Інтернет-технологій в бізнесі;
- основні засоби забезпечення безпеки в мережі Internet;
- види та діяльність платіжних систем в електронній комерції;
- системи підтримки споживачів, посередників й постачальників у електронній комерції;
- принципи діяльності віртуальних організацій та програмних агентів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей:**

- здійснювати пошук потрібних товарів та послуг за допомогою Internet;
- вміти проводити закупівлю товару у електронному магазині, та оцінювати ефективність електронного інтерфейсу (web-сайту);
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- здатність приймати обґрунтовані рішення.
- здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- здатність приймати обґрунтовані рішення.
- здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.
- здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

Програмні результати навчання:

- здатність оцінювання ефективності діяльності електронного магазину, електронної реклами, ефективності застосування платіжних систем тощо;
- здатність оцінювання електронної комерції як досить місткий і впливовий канал товароруку, якому у системі маркетингу необхідно приділяти велику увагу;
- здатність застосовувати комп'ютерні технології обробки даних для вирішення економічних та маркетингових завдань, здійснення аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів;
- здатність використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування економічних рішень;
- здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення;
- здатність визначати сегментацію ринку, структуру попиту та пропозиції;
- здатність проводити аналіз функціонування та розвитку організацій та установ.
- здатність використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

– здатність проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

– здатність визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.

– здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.

– здатність показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.

4. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

Змістовний модуль 1. «Основи функціонування електронної комерції. Платіжні та фінансові системи Internet»

Тема 1. Поняття й загальні властивості електронної комерції.

– форма занять (лекції-2, практики -1);

– обсяг аудиторного навантаження-3;

– теми практичних занять- Поняття й загальні властивості електронної комерції;

– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– обсяг самостійної роботи здобувачів-2;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Нові й старі способи продажу товару. Складові електронної комерції. Порівняльна характеристика використання Internet. Статистичні дані про обсяг онлайнової торгівлі. Особливості Internet порівняно з традиційними видами ринку. Нові можливості ведення бізнесу за допомогою Internet, нові продукти та послуги.

1. Поняття електронної комерції.

2. Порівняльний аналіз традиційної комерції з електронною.

3. Категорії взаємодії в електронній комерції.

4. Сфери поширення й рівні електронної комерції.

5. Можливості електронної комерції.

6. Національна система електронного цифрового підпису.

7. Національна система масових електронних платежів.

Тема 2. Основні категорії Internet та інструментарій електронної комерції.

– форма занять (лекції-3, практичні- 1);

– обсяг аудиторного навантаження-4;

– теми практичних занять - Основні категорії Internet та інструментарій електронної;

– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– обсяг самостійної роботи здобувачів-2;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Технологія Ethernet. Протокол IP. Надійність обміну даних. Порти. Протокол TCP. Протоколи прикладного рівня Internet. Протоколи SMTP, POP3, FTP, HTTP.

1. Принципи побудови глобальної комп'ютерної мережі Internet.

2. Стек протоколів TCP/IP, IP-адреси.

3. Система доменних імен.

4. Служби Інтернету.

5. Інші мережі.

Тема 3. Безпека й захист інформації в електронній комерції.

- форма занять (лекції-3, практичні- 1);
 - обсяг аудиторного навантаження-4;
 - теми практичних занять - Безпека й захист інформації в електронній комерції;
 - обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;
 - обсяг самостійної роботи здобувачів-2;
 - теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Загальне поняття про інформаційну безпеку. Основні механізми інформаційної безпеки. Проблеми безпеки систем, що стосуються електронної комерції. Типи загроз. Засоби захисту цілості даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів. Антивірусні програми.
1. Основні поняття безпеки.
 2. Криптографічні засоби шифрування інформації.
 3. Цифровий підпис.
 4. Сертифікати.
 5. Протоколи й стандарти безпеки.
 6. Забезпечення захисту у платіжних системах в Internet.

Тема 4. Платіжні та фінансові системи Internet.

- форма занять (лекції-3, практичні- 1);
 - обсяг аудиторного навантаження-4;
 - теми практичних занять - Платіжні та фінансові системи Internet;
 - обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;
 - обсяг самостійної роботи здобувачів-28;
 - теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Класифікація платіжних систем Internet. Платіжна система «Система Internet-комерції». Платіжна система «Посередники». Система PayCash. Розрахунки в системі PayCash. Тенденції розвитку світового ринку Smart-карт. Розрахунки у системі Інтерплат. Платежі в системі Home Banking. Страхові портали.
- Поняття про платіжні системи в Internet.
- 1.Кредитні Internet-системи.
 - 2.Дебетові електронні платіжні системи.
 - 3.Електронні гроші в українському Інтернеті.

Модульний контроль

Змістовний модуль 2. Маркетинг та підтримка споживачів в Internet. Віртуальні підприємства та програмні агенти. Забезпечення та ефективність електронної комерції.

Тема 5. Маркетинг в Internet.

- форма занять (лекції-3, практичні- 1);
- обсяг аудиторного навантаження-4;
- теми практичних занять - Маркетинг в Internet;
- обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;
- обсяг самостійної роботи здобувачів-10;
- теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Вплив Internet на систему маркетингу підприємства. Товар і товарна політика. Ціна і цінова політика. Система збуту. Сервісне обслуговування та підтримка споживачів. Спостереження.

Експеримент. Форми реклами: байрики, interstitials, міні-сайт, колаж, розсилання (пряма реклама), спонсорський

1. Особливості електронного маркетингу.
2. Ціноутворення на електронному ринку інформаційних послуг.
3. Основні принципи електронної реклами.
4. Переваги та недоліки електронної реклами.
5. Етапи просування реклами в Internet.
6. Види електронної реклами.

Тема 6. Електронна підтримка споживачів.

– форма занять (лекції-4, практичні- 1);
– обсяг аудиторного навантаження-5;
– теми практичних занять - Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем.;
– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

1. Сайт як засіб підтримки споживачів.
2. Системи управління закупівлями (e-procurement).
3. Системи повного циклу супроводу постачальників (SCM-система).
4. Системи управління продажами (E-distribution).
5. Системи повного циклу супроводу споживачів (CRM-системи).

Тема 7. Віртуальні підприємства

– форма занять (лекції-4, практичні- 1);
– обсяг аудиторного навантаження-5;
– теми практичних занять - Віртуальні підприємства;
– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– обсяг самостійної роботи здобувачів-3;
– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Поняття віртуального підприємства. Класи віртуальних підприємств. "Життєвий цикл" та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Технологічні засоби для побудови віртуальних підприємств. Етапи створення віртуального підприємства. Приклади реальних віртуальних підприємств.

1. Концепція телепідключення, модель SOHO, віртуальні офіси. Виникнення віртуальних підприємств.
2. Поняття віртуальних підприємств та їх класифікація.
3. Загальна характеристика інформаційних технологій для віртуальних підприємств.

Тема 8. Тактичні прийоми електронної комерції.

– форма занять (лекції-5, практичні- 1);
– обсяг аудиторного навантаження-6;
– теми практичних занять - Тактичні прийоми електронної комерції;
– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– обсяг самостійної роботи здобувачів-9(24);
– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Internet як основа розвитку системи електронної комерції. Розвиток та використання стандартів у системах електронної комерції. Програмні агенти як посередники в електронній комерції.

1. Загальні поняття про програмних агентів.
2. Поняття про програмні агенти, класифікація та перспективи використання.

3. Архітектура програмних агентів і типи міжагентних комунікацій.
4. Подання інформації для програмних агентів.
5. Застосування електронної комерції.

Тема 9. Правове і організаційне забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.

– форма занять (лекції-5, практичні- 7);

– обсяг аудиторного навантаження-12;

– теми практичних занять – Правове і організаційне забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції;

– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– обсяг самостійної роботи здобувачів-31;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Гнучкість організаційної структури. Підвищення ефективності в електронній комерції. Необхідність експериментування в ринковому просторі. Організаційні питання в електронній комерції. Практичні питання в електронній комерції. Правові питання в електронній комерції.

1. Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції.
2. Системи електронного документообігу в електронній комерції.
3. Методи визначення ефективності електронної комерції.
4. Напрямки оцінювання ефективності електронної комерції.
5. Необхідність експериментування в ринковому просторі.

Модульний контроль

5. Індивідуальні завдання

Аналіз соціальних мереж та створення сайту

6. Методи навчання

Активізація навчально-пізнавальної діяльності студентів здійснюється через застосування таких форм навчання, як:

- лекції;
- практики;
- презентації навчальних матеріалів, виконаних творчих завдань;
- моделюючі вправи, розв'язування творчих завдань;
- роботу в Інтернеті, бібліотеці;
- складання схем, таблиць, графіків тощо;
- консультації (настановні, контрольні, проблемні).

7. Методи контролю

Поточний контроль (теоретичне опитування й розв'язання практичних завдань), модульний контроль (тестування за розділами курсу) та підсумковий (семестровий) контроль (іспит).

8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Робота на лекціях	0...1	5	0...5
Виконання і захист лабораторних (практичних) робіт	0...5	4	0...20
Модульний контроль	0...15	1	0...15
Змістовний модуль 2			
Робота на лекціях	0...1	5	0...5
Виконання і захист лабораторних (практичних) робіт	0...5	4	0...20
Модульний контроль	0...15	1	0...15
Виконання і захист РГР (РР, РК)	0...20	1	0...20
Усього за семестр			0...100

Білет для іспиту/заліку складається з:

1. Теоретичне питання – 30 б.
2. Теоретичне питання – 30 б.
3. Практичне завдання - 40 б

Критерії оцінювання роботи здобувача протягом семестру

Задовільно (60-74). Показати мінімум знань та умінь. Захистити всі індивідуальні завдання та здати тестування. Знати теоретичні відомості щодо застосування Інтернет-технологій в бізнесі, основні засоби забезпечення безпеки в мережі Internet.

Добре (75-89). Твердо знати мінімум, захистити всі індивідуальні завдання, виконати всі РР , здати тестування та поза аудиторну самостійну роботу. . Знати теоретичні відомості щодо застосування Інтернет-технологій в бізнесі, основні засоби забезпечення безпеки в мережі Internet, види та діяльність платіжних систем в електронній комерції, системи підтримки споживачів, посередників й постачальників у електронній комерції.

Відмінно (90-100). Здати всі контрольні точки з оцінкою «відмінно». Досконально знати всі теми та уміти застосовувати їх.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційований залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

9. Політика навчального курсу

Студенти мають діяти відповідно Положенню Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» «Про академічну доброчесність».

Розрахункова робота повинна демонструвати досягнення результатів навчання, визначених освітньою програмою, здатність студента логічно, на підставі сучасних наукових методів викладати свої погляди за темою роботи, самостійно робити обґрунтовані висновки й формулювати конкретні пропозиції щодо отриманих результатів. У роботі не допускається списування, фабрикація та фальсифікація.

10. Політика академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає (Методичні рекомендації для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності. Лист МОН України № 1/9-650 від 23.10.2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v-650729-18#n211>):

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю 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 і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

11. Методичне забезпечення

1. Селищев, В.С. Електронна комерція [Електронний ресурс]: навч. посіб. / В.С. Селищев, Д.В. Головань. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2013. – 135 с.

1. Навчально-методичне забезпечення дисципліни "Поведінка споживачів" для бакалаврів Електронний ресурс. – Режим доступу [https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=&ext=no&theme_path=0%2C-337%2C2769&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=beginwith&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&littypelist=0&theme_list=0&disciplinesearch=&discipline_list=&tpage=1&step=20&faculty_list=0&department_list=&speciality_list=0&knmz_doctype_list=0&speciality_knmz_list=&sillabus_list=&knowledgearea_list=&qualificationlevel_list=&initiator_mode=SearchDocForm&full_searchfld=&ecopy=0&combiningAND=0&is_ttp=1&print_basket=%2C&docid=510531296&doctype_list=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0](https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=&ext=no&theme_path=0%2C-337%2C2769&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=beginwith&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&littypelist=0&theme_list=0&disciplinesearch=&discipline_list=&tpage=1&step=20&faculty_list=0&department_list=&speciality_list=0&knmz_doctype_list=0&speciality_knmz_list=&sillabus_list=&knowledgearea_list=&qualificationlevel_list=&initiator_mode=SearchDocForm&full_searchfld=&ecopy=0&combiningAND=0&is_ttp=1&print_basket=%2C&docid=510531296&doctype_list=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0)

посилання на курс у системі дистанційного навчання Ментор

<https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=832>

12. Рекомендована література

1.Шалева, О.І. Електронна комерція [Текст]: навч. посіб. / О.І. Шалева. – К.: Центр учбової літ., 2011. – 216 с.

2.Плескач, В.Л. Електронна комерція [Текст]: підручник / В.Л. Плескач, Т.Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с.

