Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра економіки та публічного управління (№ 601)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми

Олександр ПОПОВ
« 29 » серпня 2025 р.

СИЛАБУС ОБОВ'ЯЗКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини»
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: «SMART-ЕКОНОМІКА»
(найменування освітньої програми)

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: перший (бакалаврський)

Силабус введено в дію з 01.09.2025 року

Харків – 2025 р.

Розробник:

д. н. держ. упр., професор Вікторія ШВЕДУН
(науковий ступінь і вчене звання) (підпис) (ім’я та прізвище)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри економіки та публічного управління (№ 601)

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 р.

Завідувач кафедри 601,

д. н. держ. упр., професор Вероніка КОВАЛЬЧУК
(науковий ступінь і вчене звання) (підпис) (ім’я та прізвище)

Погоджено з представником здобувачів освіти:

Представник студентського самоврядування від факультету № 6

Ярослава ЧЕРНА
(підпис) (м'я та прізвище)

1. Загальна інформація про викладача

Шведун Вікторія Олександрівна, д. н. з держ. упр., професор. Викладає в університеті наступні дисципліни:
- Публічне управління в економічній сфері;
- Політика європейської інтеграції;
- Міжнародий ринок товарів та послуг;
- Міжнародні економічні відносини;
- Інновації та цифрова трансформація;
- Міжнародна інвестиційна діяльність.

Напрями наукових досліджень: державне управління у сфері забезпечення національної безпеки, державне регулювання рекламної діяльності, державне регулювання туристичної сфери, міжнародне публічне управління та євроінтеграція.

2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Тип дисципліни	Обов'язкова
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	*денна*: 5 кредитів ЄКТС / 150 годин (48 аудиторних, з яких: лекції – 32, практичні – 16; СРЗ – 102); *заочна*: 5 кредитів ЄКТС / 150 годин (8 аудиторних, з яких: лекції – 2, практичні – 6; СРЗ – 142)
Види навчальної діяльності	Лекції, практичні, самостійна робота.
Види контролю	Поточний контроль, модульний контроль, семестровий контроль – залік
Пререквізити	Інформатика; Маркетинг; Менеджмент; Інформаційні технології в управлінні виробництвом та збутом
Кореквізити	Економіка підприємства;
Постреквізити	Міжнародні економічні відносини; Інновації та цифрова трансформація; Цифрові інструменти економіки та публічного управління

3 Мета та завдання навчальної дисципліни, переліки компетентностей та очікуваних результатів навчання

Мета: формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння теоретичних основ, інфраструктури, правового регулювання та технологій електронної комерції; набуття практичних навичок організації, управління та просування електронного бізнесу в умовах цифрової економіки.

Завдання: розкрити сутність, принципи та еволюцію електронної комерції, її місце у структурі цифрової економіки; ознайомити здобувачів із сучасними моделями та формами організації електронної комерції (B2B, B2C, C2C, G2C тощо); вивчити основні технологічні інструменти е-комерції: електронні платіжні системи, торговельні майданчики, онлайн-магазини, інтернет-аукціони; сформувати навички аналізу ринку електронної комерції, оцінки поведінки споживачів та ефективності цифрових маркетингових комунікацій; визначити ключові проблеми, ризики та напрями розвитку електронної комерції в Україні й світі в умовах цифрової трансформації.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК6. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)

СК7. Здатність застосовувати комп’ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.

Програмні результати навчання (РП):

ПРН8. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

ПРН10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб’єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

ПРН13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально- економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та

соціальні показники.

ПРН19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально- економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.

4 Зміст навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1.

Змістовий модуль 1. Теоретичні та інфраструктурні основи електронної комерції

Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції.

Анотація: Предмет і зміст дисципліни "Електронна комерція". Основні поняття електронної комерції. Передумови виникнення та переваги е-комерції. Історія розвитку е-комерції в Україні та світі. Причини переходу в кіберпростір. Місце е-комерції в інформаційному секторі економіки. Роль е-комерції у сучасному бізнесі. Правові внутрішньодержавні т а міжнародні акти, норми, стандарти, інститути й процедури е-бізнесу і е-комерції. Інтернет-комерція та її відмінність від е-комерції. Види електронної економічної діяльності. Складові е-комерції. Суб'єкти е-комерції. Моделі е-комерції. Сфери розповсюдження та рівні реалізації систем е-комерції..

Тема семінарського заняття: «Бізнес-моделі електронної комерції: класифікація, переваги, недоліки та сучасний стан ринку».

Самостійна робота здобувача освіти: «Порівняльна характеристика основних суб'єктів е-комерції. Перспективні бізнес-моделі застосування сучасних Інтернет-технологій. Опишіть співвідношення е-бізнесу й е-комерції. Назвіть переваги, які отримує учасник віртуального бізнесу. Сучасний стан е-бізнесу і е-комерції у світі та в Україні».

Тема 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності.

Анотація: Сутність традиційної комерційної діяльності. Інструменти і методи комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці. Порівняльний аналіз е-комерції з традиційною. Переваги функціонування е-комерції. Нові можливості е-комерції для споживачів та постачальників. Чинники зниження витрат в е-комерції. Недоліки функціонування е-комерції, бар'єри її впровадження.

Тема семінарського заняття: «Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерції: переваги, недоліки та практичні аспекти впровадження».

Самостійна робота здобувача освіти: «Показати принципову різницю між масовим маркетингом, що застосовується у традиційній торгівлі та маркетингом "масової індивідуалізації" віртуальної торгівлі. Опишіть схему щодо видів оплати товарів/послуг за допомогою традиційних платежів. Яка головна відмінність цифрових грошей від банківських карток з точки зору зручності для покупця? Охарактеризуйте, з точки зору зручності використання, такі способи оплати товару/послуги, як оплата готівкою, оплата банківським переказом, оплата накладним платежем, оплата поштовим переказом. Чим відзначаються такі платіжні інструменти системи Е-платежів, як банківська карта, Е-чек, інтелектуальна карта».

Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.

Анотація: Система е-комерції. Функціональні можливості е-комерції. Основні предмети е-комерції , види електронних пристроїв, які забезпечують е-комерцію . Форми проведення торгових операцій через Інтернет: е-комерція, електронна банківська діяльність, електронні брокерські послуги, електронні аукціони, електронна пошта, електронні бюро, електронні моли, електронні страхові послуги. Переваги е-страхування для страхової компанії і страховика.

Тема семінарського заняття: «Електронна комерція в системі е-бізнесу: функціональні можливості, стандарти та моделі B2B».

Самостійна робота здобувача освіти: Визначення, сутність та характеристика е-бізнесу. Особливості сучасної е-комерції. Характеристика форм е-комерції. Проблеми розвитку е-комерції в Україні. Дослідити наукові позиції щодо трактування поняття "бізнес" Річарда Кантільйона, Жана-Батіста Сея, Йозефа Алоіза Шумпетера.

Тема 4. Роль глобальної мереж і Інтернет в реалізації електронної комерції.

Анотація: Поняття комп'ютерної мережі. Типи комп'ютерних мереж. Глобальні комп'ютерні мережі. Еволюція мережі Інтернет, передумови виникнення та тенденції розвитку. Створення першої системи ARPANET. Служби Інтернет мережі. Інструменти пошуку інформації. Правила роботи в Інтернет. Способи доступу до Інтернет. Сучасні тренди поширення Інтернет у світі та Україні. Нові форми соціальної та економічної діяльності людей, які породжує Інтернет.

Тема семінарського заняття: «Еволюція Інтернету та його роль у розвитку електронної комерції: ключові технології та соціально-економічні перетворення».

Самостійна робота здобувача освіти: Причини та передумови виникнення мережу Інтернет. Створення першої версії ARPANET. Стимули розвитку ARPANET у 1970-х роках. Тенденції розвитку мережі Інтернет у 1990-х роках. Сучасні тренди розвитку глобальної мережі Інтернет.

Тема 5. Особливості бізнес-планування в е-комерції.

Анотація: Бізнес-планування в е-комерції: сутність та принципи. Цінність бізнес-плану в е-комерції. Функції бізнес-плану в е-комерції. Види бізнес-планів для внутрішнього та зовнішнього використання. Структура стандартного бізнес-плану в е-комерції. Характеристика розділів бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану в е-комерції. Вимоги до написання бізнес -плану в е-комерції. Правила технічного оформлення бізнес-плану в е-комерції.

Тема семінарського заняття: «Бізнес-планування в е-комерції: структура, організаційні процеси та практичні можливості впровадження».

Самостійна робота здобувача освіти: Маркетингова стратегія по роботі з онлайн покупцями. Робота з реалізації власного веб-сервера. Фактори, що беруться до уваги в розділі "Оцінка ринку" бізнес-плану. Охарактеризуйте конкурентне середовище на ринку онлайн-послуг. Які є ризики при здійсненні е-комерції?

Тема 6. Віртуальні підприємства: сутність та види.

Анотація: Поняття “віртуального підприємства” і “віртуального продукту”. Простір віртуалізації підприємств. Оцінка технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Приклади реальних віртуальних підприємств. Передумови організації віртуальних підприємств. Структурні умови існування віртуальних підприємств. Етапи створення віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств. Принципи утворення віртуальних підприємств. Проблеми, що виникають при створенні віртуальних підприємств. Види та форми віртуальних підприємств. Критерії класифікації віртуальних підприємств. Порівняльна характеристика статичних та динамічних віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх сильні та слабкі місця функціонування.

Тема семінарського заняття: «Технічне створення та просування віртуального підприємства: від домену до SEO-оптимізації».

Самостійна робота здобувача освіти: Структура віртуального підприємства. Характеристика основних кроків при проєктуванні та створенні віртуальних підприємств. Життєвий цикл віртуального підприємства та його етапи. Ролі окремих підприємств у мережній організації віртуального підприємства. Приклади реальних віртуальних підприємств.

Тема 7. Електронні платіжні системи: зміст і типи.

Анотація: Сутність платіжної системи. Внутрішньодержавна та міжнародна платіжні системи. Характеристика електронної платіжної системи. Типи та види електронних платіжних систем. Сучасні платіжні інструменти . Історія виникнення пластикових карт. Класифікація пластикових карток. Поняття систем взаєморозрахунків пластиковими картками. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті. Учасники платежів і розрахунків у мережі Інтернет. Переваги та недоліки використання пластикових карток в Інтернет - комерції. Дебетові і кредитні електронні платіжні системи. Схема платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Переваги та недоліки кредитних систем. Схема процесу платежу за допомогою електронних чеків. Електронні гроші. Схема обігу електронних грошей. Переваги та недоліки використання електронних грошей. Система електронних платежів України. Недоліки використання пластикових карток при розрахунках в Інтернет. Захист комерційної інформації при розрахунках в Інтернет.

Тема семінарського заняття: «Електронні платіжні системи: типи, відмінності та практичне створення е-гаманця».

Самостійна робота здобувача освіти: Послуги, які надають системи Інтернет-банкінгу. Послуги, які надають системи Інтернет-брокериджу. Відмінність між поняттями Інтернет-брокериджу та Інтернет-трейдингу. У чому полягає сутність електронних чеків? Які послуги можуть надавати системи Інтернет-банкінгу?

Тема 8. Принципи організації та управління Інтернет-магазином.

Анотація: Електронний ринок: характеристика та аналіз його ключових дійових осіб. Кількісні і якісні характеристики Інтернет -ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Послуги на електронному ринку. Поняття "електронного магазину", суть та принципи його організації. Вимоги до технічного і програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню та управлінню е-магазином. Процес здійснення покупки в Інтернет -магазині. Інтернет -магазин, що не має власних складів. Інтернет -магазин, що має власні склади. Переваги і недоліки Інте рнет-магазину в порівнянні з традиційним магазином. Бізнес -процеси Інтернет - магазину. Завдання Інтернет-магазину. Правова база діяльності Інтернет -магазину.

Тема семінарського заняття: «Технічне створення та SEO-просування Інтернет-магазину: від ПЗ до індексації».

Самостійна робота здобувача освіти: Охарактеризуйте гнучкість організаційної структури в системах е- комерції. Зміни в роботі магазину, що мають місце в разі впровадження системи е- комерції. Як використання інформації про замовників та їх потреби може вплинути на економічну діяльність фірми, яка впровадила систему е-комерції? Чим пояснюється необхідність експериментування в ринковому просторі в разі використання систем е-комерції? Охарактеризуйте основні організаційні питання, що виникають при впровадженні систем е-комерції.

Модульний контроль 1

Форма занять: написання модульної роботи в аудиторії (за рішенням лектора допускається проведення у дистанційній формі).

Змістовий модуль 2. Організаційно-технологічні та маркетингові аспекти електронної комерції.

Тема 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони.

Анотація: Організація роботи Інтернет -аукціону. Вимоги до Інтернет - аукціону та принципи його діяльності. Суб'єкти та об'єкти Інтернет-аукціону. Діяльність Інтернет-аукціонів в Україні та світі: спільні й відмінні риси. Функції діяльності Інтернет-аукціону. Забезпечуючи служби діяльності Інтернет-аукціону. Характеристика складових інфраструктури Інтернет-аукціону.

Тема семінарського заняття: «Інформаційна безпека в Інтернет-аукціонах: загрози, механізми захисту та автентифікація учасників».

Самостійна робота здобувача освіти: Діяльність сертифікаційних центрів, що забезпечують автентифікацію електронних платежів. Незаконні дії, що можуть бути скоєні щодо кредитних карток покупців в Інтернеті. Цілі та завдання криптографії. Послуги, що забезпечують криптографічні технології для учасників е- комерції. Переваги застосування смарт-карток для платежів у Інтернеті з точки зору безпеки даних.

Тема 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків.

Анотація: Торговельні майданчики як один із ключових елементів сучасного електронного ринку. Сутність та зміст роботи торговельного майданчика. Ідея торгового майданчика: джерела пошуку й етапи комерціалізації. Види торгових майданчиків, головні класифікаційні критерії. Процес створення сайту для е-торгівлі. Дизайн та веб-студії. Послуги дизайн -студій. М-комерція. Переваги та недоліки в роботі електронних торговельних майданчиків. Предмети торгівлі на електронних торговельних майданчиках.

Тема семінарського заняття: «Електронні молли: сутність, інфраструктура та способи створення».

Самостійна робота здобувача освіти: Які є основні завдання створення електронного молу? Опишіть щонайменше два методи дизайнерської роботи на сайтом е-молу. Які є найбільш типові помилки при розробці зовнішнього вигляду віртуального торговельного майданчику? Яким чином використання різних браузерів може вплинути на прибуток електронного молу? Коротко охарактеризуйте способи підвищення продуктивності сайту віртуального торговельного майданчику.

Тема 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі.

Анотація: Електронні торгові ряди. Варіанти участі продавця в електронному торговому ряді. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини. Переваги і недоліки основних способів оплати товарів в Інтернет-магазинах. Структура веб-сайту Інтернет -магазину. Переваги і недоліки різних систем ведення роздрібної е-комерції. Товарні запаси Інтернет -магазину . Електронний торговий ряд (каталог). Процес здійснення покупки в Інтернет -магазині. Типи кошиків. Реєстрація і оформлення замовлення. Збір інформації в Інтернет-магазині. Обробка замовлення. Види доставки при здійсненні покупки в Інтернет-магазині. Способи оплати товарів.

Тема семінарського заняття: «Електронний споживацький ринок: функціонування, впровадження е-комерції та правові аспекти захисту даних».

Самостійна робота здобувача освіти: Яка відмінність у підході до використання інтерактивної та традиційної реклами в системі е-комерції? Що являє собою “цінова чутливість” покупців в е-комерції? Які фактори цінової чутливості користувачів е-торгівлі Вам відомі? Які способи оплати товару є найпопулярнішими в Україні та світі? Які способи доставки найчастіше обирають покупці е-торгівлі?

Тема 12. Тактичні прийоми е-комерції.

Анотація: Поняття стимулювання збуту в е-комерції. Фактори, що сприяють стимулюванню збуту. Методи заохочення споживачів в е-комерції. Пробні зразки, демонстраційні версії. Товар за пільговою ціною (знижки). Напрямки зв’язків з громадськістю в е-комерції. Фактори, що впливають на розвиток цих зв’язків. Основні засоби зв’язків з громадськістю. Спонсорський пакет. Поняття бренду в е-комерції. Основні характеристики традиційного бренду та відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу.

Тема семінарського заняття: «Практичні інструменти та операції WebMoney в е-комерції: від атестатів до протекції платежів».

Самостійна робота здобувача освіти: Що таке Інтернет-трейдинг та Інтернет-брокерідж? Які сервіси надає компанія ForexClub своїм клієнтам? Міжнародний валютний ринок Forex. Ланцюжки додавання вартості в Інтернеті. Майбутнє та наслідки глобальної комп'ютеризації.

Тема 13. Пошукова оптимізація сайту Інтернет -магазину та його просування в мережі Інтернет.

Анотація: Залучення відвідувачів в е-комерції. Методи просування в Інтернеті. Реклама в онлайн ЗМІ. Роль піару в е-комерції. Використання контекстної реклами в е-комерції. Пошукова оптимізація в е-комерції. Методи пошукової оптимізації в е-комерції. Методи просування сайтів в пошукових системах. Планування в е-комерції. Поняття семантичного ядра. Етапи маркетингового аналізу в рамках тематичної оптимізації в е-комерції. Попередній аналіз ринку в е-комерції. Вибір цільової аудитори. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Принцип тематичної оптимізації. Тематичний індекс цитування. PageRank в е-комерції. Зміст зваженого індексу цитування. Реєстрація в каталогах пошукових системах і каталогах. Методи просування сайту із залучення цільових відвідувачів.

Тема семінарського заняття: «SEO-оптимізація та просування Інтернет-магазину: від семантичного ядра до SMO».

Самостійна робота здобувача освіти: Для чого використовується та як розраховується індекс цитування веб- сайту? У чому полягає сутність оптимізаційної верстки контенту сайту? Що таке SEO-текст та які є вимоги до його складання? Як визначити кількість застосування слова або словосполучення з семантичного ядра сайту у тексті веб-сторінки? Які головні помили допускаються при складання SEO-текстів сайту?

Тема 14. Е-комерція в корпоративному секторі.

Анотація: Системи е-комерції в секторі B2B. Система управління закупівлями (e-procurement) в е-комерції. Система повного циклу супроводження постачальників (SCM -система): особливість організації та принципи роботи. Система повного циклу супроводу спожива чів (CRM -система): вимоги та переваги. Корпоративні представництва в Інтернеті. Віртуальні підприємства: системи Workflow та керування знанням віртуальних підприємств . Інтернет -інкубатори. Мобільна комерція. Порівняльна характеристика систем мобільних взаєморозрахунків. Програмні агенти та мультиагентні системи.

Тема семінарського заняття: «Корпоративна е-комерція в Україні: цілі сайтів, моделі продажів та розробка представництва».

Самостійна робота здобувача освіти: Проаналізуйте конкуренцію в Україні для комерційного сайту в Інтернеті? Опишіть персонал для розробки комерційного Інтернет-проєкту? Ризики в е-комерції. Назвіть ключові переваги та недоліки торгових Інтернет-систем. Яке на Вашу думку майбутнє українських суб'єктів Інтернет-торгівлі.

Тема 15. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті.

Анотація: Характеристика систем захисту інформації в Інтернеті. Безпека в Інтернеті та причини кібер-атаки. Рекомендації по безпеці. Методи захисту інформації. Категорії захисту в е-комерції: конфіденційність, цілісність, доступність. Характеристика засобів захисту інформації. Технологія захисту інформації при роботі в Інтернет. Види загроз безпеки інформаційної системи. Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки. Різновиди шахрайства в е-комерції. Криптографічні засоби шифрування інформації. Механізм електронного цифрового підпису та його використання в системах е-комерції. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів. Програмне забезпечення захисту інформації. Протоколи захищених з ’єднань (SSL, SET). Захист в е-платіжних системах на основі пластикових карток і смарт -карток. Технологія захисту інформації в системах цифрових грошей

Тема семінарського заняття: «Вимоги та організаційно-технічне забезпечення безпеки в е-комерції: від мультиагентних систем до веб-технологій».

Самостійна робота здобувача освіти: Використання мови HTML для розробки веб-сайтів систем е-комерції. Використання мови PHP для створення веб-сайтів. Технологія захисту інформації при роботі в мережі. Поясніть відмінність між авторизацією, ідентифікацією, автентифікацією. Що таке криптографія і для чого вона застосовується?

Тема 16. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу.

Анотація: Поняття і структура Інтернет -маркетингу. Відмінність маркетингу в Інтернеті від традиційного маркетингу. Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідення на Інтернет -ринку. Принципи маркетингу в Інтернеті. Основні засоби просування товарів і послуг в Інтернеті. Об’єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенчмаркінг, сайто -промоутинг. Інтернет -реклама. Види Інтернет-реклами. Методи реклами.

Тема семінарського заняття: «Інтернет-реклама для е-магазину: переваги, банери, методи, розсилка та моделі оплати».

Самостійна робота здобувача освіти: Охарактеризуйте основні форми Інтернет-реклами. Сутність таргетингу і трекінгу. Інструменти маркетингової діяльності в е-бізнесі. Технології розробки Інтернет-проєктів. Інвестиційна привабливість українського е-бізнесу

Модульний контроль 2

- *Форма занять:* написання модульної роботи в аудиторії (за рішенням лектора допускається проведення у дистанційній формі).

5 Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом.

6 Методи навчання

Пояснювально-ілюстративна лекція з елементами проблемної, лекція-бесіда, словесний метод, метод схематичного подання матеріалу, проблемно-логічний метод; на семінарських заняттях – метод розгорнутої бесіди та дискусії, метод самоконтролю, метод «круглого столу».

7 Методи контролю

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

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…2	8	0…16
Виконання практичних робіт	0...6	3	0...18
Модульний контроль	0…16	1	0…16
Змістовний модуль 2			
Робота на лекціях	0…2	8	0…16
Виконання практичних робіт	0...6	3	0...18
Модульний контроль	0…16	1	0…16
Усього за семестр			**0…100**

Семестровий контроль (залік) проводиться у разі відмови здобувача освіти від балів підсумкового контролю й за наявності допуску до заліку. Під час складання семестрового заліку здобувач освіти має можливість отримати максимум 100 балів.

Білет для заліку складається з двох теоретичних запитань (максимальна кількість балів за кожне запитання – 30) і одного практичного запитання (задачі) – максимальна кількість балів – 40.

Шкали оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка для екзамену
90-100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
01-59	незадовільно з можливістю повторного складання

Семестровий контроль (залік) проводиться у разі відмови здобувача вищої освіти від балів поточного тестування й за наявності допуску до заліку. Під час складання семестрового заліку здобувач вищої освіти має можливість отримати максимум 100 балів.

*У випадку дистанційного проведення заліку здобувач вищої освіти проходить підсумковий контроль у формі тестування.

Критерії оцінювання роботи здобувача протягом семестру

Задовільно (60-74) – виставляється тоді, коли здобувач вищої освіти знає значну частину програмного матеріалу, не допускає суттєвих помилок під час висвітлення понять, на додаткові питання відповідає по суті, не робить великої кількості помилок під час усної відповіді.

Добре (75-89) – виставляється здобувачу вищої освіти тоді, коли його відповіді змістовні у тому числі за формою та обсягом. Це означає, що здобувач у повній мірі за програмою засвоїв увесь навчальний матеріал, викладений у підручниках та інших джерелах і на практичних, семінарських заняттях дає змістовні та глибокі відповіді на поставлені запитання, а також під час тестування демонструє знання не тільки основної, але й додаткової літератури, першоджерел, наводить власні роздуми, робить узагальнюючі підсумки, використовує знання із суміжних, галузевих дисциплін, уміє пов’язати вивчений матеріал із реальною дійсністю та доцільно використовує його для аналізу практичних завдань.

Відмінно (90-100) – виставляється здобувачу тоді, коли він виконав і захистив з максимальною кількістю балів усі практичні завдання, розрахункову роботу і модульні контрольні роботи. Тобто здобувач досконально знає всі теми курсу та вміє застосувати теоретичний матеріал щодо вирішення практичної ситуації шляхом застосування здобутих під час вивчення дисципліни навиків та вмінь.

9 Політика навчального курсу

Відвідування занять. Інтерактивний формат курсу передбачає обов’язкову присутність на практичних заняттях. Здобувачі освіти, які з поважних причин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, зобов’язані протягом тижня узгодити з викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять.

Пропущені заняття мають бути відпрацьовані на найближчій консультації не пізніше ніж протягом тижня після пропуску. Відпрацювання здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. У виняткових випадках дозволяється письмова форма відпрацювання – шляхом виконання індивідуального письмового завдання.

Дотримання вимог академічної доброчесності здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни. Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням

про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» (https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf).

Очікується, що роботи здобувачів освіти будуть їх оригінальними дослідженнями або міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів освіти становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчестності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Вирішення конфліктів. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/).

.

10 Методичне забезпечення та інформаційні ресурси

Підручники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій, методичні рекомендації з проведення лабораторних робіт тощо, які видані в Університеті знаходяться за посиланням:

- http://library.khai.edu/library/fulltexts/doc/Naosach_Mizhnarodnij.pdf
- Сторінка дисципліни знаходиться за посиланням: https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=832

11 Рекомендована література

Базова

1. Козак І. А. Інформаційні технології віртуальних організацій: навч. посіб. / І. А. Козак. – Київ : КНЕУ, 2005. – 336с. URL: https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/01787dd1-e38a-4bfd-a438-9acbcd60764f/content

2. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навч.-метод. посіб. – Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsiia_2021.pdf?utm_source=chatgpt.com

3. Макарова М. В. Електронна комерція: навч. посіб. / М. В. Макарова. – Київ: ВЦ «Академія», 2002. – 272 с.

4. Плескач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція: підручник / В.Л.Плескач, Т. Г. Затонацька. – Київ : Знання, 2007. – 535 с.

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

6. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. / О. І. Шалева. – Київ : Центр учбової літ., 2011. – 216 с.

Допоміжна

1. Літовченко І. Л., Пилипчук В. П. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2008. – 184 с. – URL: https://core.ac.uk/download/pdf/147035495.pdf

2. Садчикова І., Тарасенко А., Дубина М. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «електронна комерція» // *Економіка та суспільство*. – 2023. – Вип. 53. – URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-36

3. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 216 с. – URL: https://library.nusta.edu.ua/depository/%D0%9E%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%96%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A2%D0%A0%D0%9E%D0%9D%D0%9D%D0%90%20%D0%9A%D0%9E%D0%9C%D0%95%D0%A0%D0%A6%D0%86%D0%AF.pdf

4. Терянік Д. О., Чебан М. В. Електронна комерція: поняття, різновиди, переваги та недоліки // *Збірник тез доповідей наукової конференції*, 22.03.2024. – С. 60–62. – URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18287/1/zbirnyk-tez-22-03-24-off-60-62.pdf

5. Турчин Л. Я. Електронна комерція як ефективний маркетинговий інструмент // *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2021. – № 3. – С. 112–118. – URL: https://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-15.pdf

6. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція : навч. посіб. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 244 с. – URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_178_50211194.pdf

12. Інформаційні ресурси

1. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. – URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/675-19

2. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. – URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2155-19

3. Система електронних платежів (СЕП) : офіційна сторінка Національного банку України. – URL: https://bank.gov.ua/ua/payments/sep

4. Правила системи електронних платежів Національного банку України : нормативна база НБУ, дата прийняття 09.02.2024. – URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Rules_13072017_1_SEP

5. Концепція відкритого банкінгу : Національний банк України, 2023. – URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Open_banking_conception_NBU_2023.pdf

6. Про регламент роботи системи електронних платежів… : Постанова Правління НБУ від 20.12.2023 № 170. – URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_20122023_170