

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет економіки та управління
Кафедра управління

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи
О.Б. Жильцов
2022 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронна комерція

для студентів

спеціальності	073 Менеджмент
освітнього рівня перший	(бакалаврський)
освітньо-професійної програми	073.00.01 Менеджмент

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 1628/22
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2022 р.

Київ – 2022

Розробник:

Краус Катерина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління Факультету економіки та управління Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Краус Катерина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління Факультету економіки та управління Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри управління


Протокол від 01 вересня 2022 р. № 11

Завідувачка кафедри  А.В. Михацька
(підпис)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми “Менеджмент організацій”


(назва освітньої програми)

__ вересня 2022 р.

Керівник освітньої програми  О.В. Акіліна
(підпис)

Робочу програму перевірено

__ вересня 2022 р.

Заступник директора/декана  О.О. Казак
(підпис)

Пролонговано:

на 20 __/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

на 20 __/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

на 20 __/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

на 20 __/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
Вид дисципліни	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4/150
Курс	3
Семестр	5
Кількість змістових модулів з розподілом:	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні (лекції/семінарські/практичні/лабораторні)	56 (28/28)
Модульний контроль	8
Семестровий контроль	
Самостійна робота	56
Форма семестрового контролю	залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: формування системи теоретичних та практичних знань щодо здійснення електронної комерції, які дозволять студентам високо професійно реалізувати свою управлінську діяльність; оволодіння фундаментальними навичками користування сучасними електронними платіжними системами, можливостями організації комерційної діяльності через інтернет-магазини, інтернет-аукціони та електронні моли, використовуючи передові інформаційні технології та цифрові маркетингові комунікації.

Завданнями дисципліни є оволодіння такими компетентностями:

I. Загальнопредметні компетентності:

ЗК-4	Здатність застосовувати знання у практичних операціях
ЗК-5	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
ЗК-8	Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій
ЗК-9	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

II. Фахові компетентності:

ФК-2	Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища
ФК-3	Здатність визначати перспективи розвитку організації
ФК-7	Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту
ФК-8	Здатність планувати діяльність організації та управляти часом
ФК-11	Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
ФК-12	Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, ухвалювати управлінські рішення та забезпечувати умови їх реалізації

3. Результати навчання за дисципліною

РН-3	Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства
РН-4	Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень
РН-5	Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації
РН-6	Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень
РН-7	Виявляти навички організаційного проектування
РН-8	Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації
РН-10	Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації
РН-11	Демонструвати навички аналізу ситуацій та здійснення комунікацій у різних сферах діяльності організації
РН-12	Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації
РН-15	Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності
РН-16	Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
РН-18	Демонструвати спроможність застосовувати новітні технології у професійній діяльності, готовність і здатність шляхом самоосвіти, вивчення позитивного досвіду, удосконалювати свої управлінські навички
РНу-19	Розуміти міждисциплінарні зв'язки, бути спроможними з'ясувати суть одного й того ж поняття (процесу, явища) з позицій різних економічних дисциплін
РНу-20	Володіти базовими знаннями в галузі економіки, зокрема, економічної аналітики

4. Структура навчальної дисципліни

№ п/п	Назва змістових модулів, тем	Розподіл годин між видами робіт				
		Усього	Аудиторна			
			л.	с.з.	м.к.	с.р.
Змістовий модуль I. Теоретичні основи електронної комерції						
1.	Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	11	4	2		5
2.	Функціональні можливості е-комерції та її форми	9	2	2		5
	Модульний контроль 1	2			2	
Разом за змістовим модулем 1		22	6	4	2	10
Змістовий модуль II. Електронний ринок та організація його роботи						
3.	Електронний ринок та характеристика його учасників	9	2	2		5
4.	Віртуальні підприємства: сутність та види	12	4	2		6
5.	Електронні платіжні системи: зміст і типи	10	2	2		6
	Модульний контроль 2	2			2	
Разом за змістовим модулем 2		33	8	6	2	17
Змістовий модуль III. Суб'єкти електронної комерції						
6.	Принципи організації та управління Інтернет-магазином	14	4	4		6
7.	Організація діяльності через Інтернет-аукціони	11	2	4		5
8.	Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	11	2	4		5
	Модульний контроль 3	2			2	
Разом за змістовим модулем 3		38	8	12	2	16
Змістовий модуль IV. Інструменти підтримки діяльності учасників електронної комерції						
9.	Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі	8	2	2		4
10.	Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет	8	2	2		4
11.	Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу	9	2	2		5
	Модульний контроль 4	2			2	
Разом за змістовим модулем 4		27	6	6	2	13
Усього		120	28	28	8	56

4.1. Теми семінарських занять з дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції		
1	Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	2
2	Функціональні можливості е-комерції та її форми	2
Змістовий модуль 2. Електронний ринок та організація його роботи		
3	Електронний ринок та характеристика його учасників	2
4	Віртуальні підприємства: сутність та види	2
5	Електронні платіжні системи: зміст і типи	2
Змістовий модуль 3. Суб'єкти електронної комерції		
6	Принципи організації та управління Інтернет-магазином	4
7	Організація діяльності через Інтернет-аукціони	4
8	Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	4
Змістовий модуль 4. Інструменти підтримки діяльності учасників електронної комерції		

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
9	Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі	2
10	Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет	2
11	Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу	2
	Разом	28

4.2. Теми практичних занять з дисципліни – не передбачено навчальним планом

4.3. Теми лабораторних занять – не передбачено навчальним планом

4.4. Самостійна робота з дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції		
1	Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	5
2	Функціональні можливості е-комерції та її форми	5
Змістовий модуль 2. Електронний ринок та організація його роботи		
3	Електронний ринок та характеристика його учасників	5
4	Віртуальні підприємства: сутність та види	6
5	Електронні платіжні системи: зміст і типи	6
Змістовий модуль 3. Суб'єкти електронної комерції		
6	Принципи організації та управління Інтернет-магазином	6
7	Організація діяльності через Інтернет-аукціони	5
8	Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	5
Змістовий модуль 4. Інструменти підтримки діяльності учасників електронної комерції		
9	Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі	4
10	Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет	4
11	Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу	5
	Разом	56

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції

Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції

Предмет і зміст дисципліни “Електронна комерція”. Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Передумови виникнення та переваги е-бізнесу і е-комерції. Історія розвитку е-бізнесу в Україні та світі. Причини переходу в кіберпростір. Місце е-комерції в інформаційному секторі економіки. Роль е-комерції у сучасному бізнесі. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, стандарти, інститути й процедури е-бізнесу і е-комерції.

Інтернет-комерція та її відмінність від е-комерції. Принципи функціонування е-бізнесу (М. Кастельс, К. Келлі). Види електронної економічної діяльності. Технології е-бізнесу. Етапи створення е-бізнесу. Складові е-комерції. Суб'єкти е-комерції. Моделі е-комерції. Сфери розповсюдження та рівні реалізації систем е-комерції.

Тема 2. Функціональні можливості е-комерції та її форми

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.

Змістовий модуль 2. Електронний ринок та організація його роботи

Тема 3. Електронний ринок та характеристика його учасників

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.

Тема 4. Віртуальні підприємства: сутність та види

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 5. Електронні платіжні системи: зміст і типи

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.

Змістовий модуль 3. Суб'єкти електронної комерції

Тема 6. Принципи організації та управління Інтернет-магазином

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 Інтернет-магазину в порівнянні з традиційним магазином. Бізнес-процеси Інтернет-магазину. Завдання Інтернет-магазину. Правова база діяльності Інтернет-магазину.

Тема 7. Організація діяльності через Інтернет-аукціони

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. Забезпечуючі служби діяльності Інтернет-аукціону. Характеристика складових інфраструктури Інтернет-аукціону.

Тема 8. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків

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. Біржа. Аукціон. 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.

Змістовий модуль 4. Інструменти підтримки діяльності учасників електронної комерції

Тема 9. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі

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

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 аудиторії. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Принцип тематичної оптимізації. Тематичний індекс цитування. PageRank в е-комерції. Зміст зваженого індексу цитування. Реєстрація в каталогах пошукових систем і каталогах. Методи просування сайту із залучення цільових відвідувачів.

Тема 11. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу

Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Відмінність маркетингу в Інтернеті від традиційного маркетингу. Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження 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. Інтернет-реклама як форма Інтернет-бізнесу. Переваги реклами в Інтернеті. Типові послуги електронних рекламних агентств. Специфіка ціноутворення в мережі Інтернет. Логістика е-комерції. Ефективність Інтернет-реклами. Вірусний маркетинг та спам. Маркетингові цифрові комунікації як комплекс заходів щодо просування товарів за допомогою мережевих технологій Інтернету. Просування сайту в пошукових системах. Комплекс Інтернет-маркетингу. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Посередники електронного ринку.

6. Контроль навчальних досягнень

Методи навчання

I. Методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

1. За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням ІКТ (PowerPoint-презентація), семінарські та практичні заняття, пояснення, розповідь, бесіда.

- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.

- *Практичні*: ситуаційні завдання, кейси.

2. За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3. За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4. За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проєктів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо). Вивчення дисципліни здійснюється за машинним варіантом з організацією занять у спеціалізованих комп'ютерних залах, де кожен студент отримує можливість навчатись безпосередньо на індивідуальному робочому місці, обладнаному персональним комп'ютером.

Методи контролю

Навчальні досягнення студентів з дисципліни оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Підсумковий семестровий контроль з навчальної дисципліни проводиться у формі іспиту за обсягом матеріалу, визначеним робочою програмою, і в терміни, встановлені розкладом.

Семестрова оцінка з навчальної дисципліни, підсумковий семестровий контроль з якої проводиться у формі іспиту, обчислюється шляхом додавання набраних студентом балів з поточного, модульного та підсумкового семестрового контролю.

Оцінка за змістовий модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, за виконання індивідуальних завдань, за модульну контрольну роботу. Виконання модульної контрольної роботи здійснюється в електронному вигляді або з використанням роздрукованих завдань. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються

такі методи:

Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, іспит.

Методи письмового контролю: модульне письмове тестування; семестровий контроль; підсумкове письмове тестування, реферат.

Комп'ютерного контролю: тестові програми.

Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- систематичність відвідування занять;
- своєчасність виконання навчальних і індивідуальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних та індивідуальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності;
- виконання тестових завдань.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти дисципліни (п. 10), де зазначено види контролю і кількість балів за видами. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (5-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано нижче у таблицях.

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максим. к-сть балів за од.	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максим. к-ть балів	кількість одиниць	максим. к-ть балів	кількість одиниць	максим. к-ть балів	кількість одиниць	максим. к-ть балів
Відвідування лекцій	1	3	3	4	4	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	2	2	3	3	6	6	3	3
Робота на семінарському занятті	10	2	20	3	30	6	60	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15	6	30	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом		-	60	-	77	-	125	-	76
Максимальна кількість балів:		338							
Розрахунок коефіцієнта		3,38							

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Тематика завдань для самостійної роботи

1. Електронна звітність. Цифровий підпис в е-комерції
2. Електронний маркетинг. Основні інструменти маркетингової діяльності в е-бізнесі
3. Розробка бізнес-моделей в е-комерції
4. Електронний PR-менеджмент
5. Оптимізація продажів засобами е-комерції
6. Розвиток е-комерції в Україні
7. Правове регулювання е-бізнесу в Україні
8. Інтелектуальна власність в е-торгівлі
9. Електронна комерція в різних галузях економіки
10. Страхування е-бізнесу та сертифікація його учасників
11. Методи визначення ефективності е-комерції
12. Системи електронного документообігу в е-комерції
13. Організація надання послуг в е-комерції
14. Еволюція бізнесу в Інтернеті
15. Дистанційне навчання як різновид е-бізнесу
16. Технології розробки Інтернет-проектів
17. Інвестиційна привабливість Інтернет-бізнесу
18. Особливості функціонування Інтернет-аукціонів
19. Мультиагентні системи е-комерції
20. Організація бізнесу в Інтернеті, секрети успіху
21. Технологія торгівлі у віртуальному магазині
22. Сучасний стан та перспективи розвитку електронного урядування
23. Вплив е-бізнесу на життя суспільства

Критерії оцінювання самостійної роботи

К-сть балів	Критерії оцінювання
5	оволодіння теоретичним матеріалом, винесеним на самостійне опрацювання, використання рекомендованої та додаткової літератури; творчий підхід, чітке володіння понятійним апаратом, уміння використовувати отримані знання для виконання конкретних практичних завдань, розв'язання ситуацій.
4-3	засвоєння теоретичного матеріалу з відповідної теми, винесеного на самостійне опрацювання, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних завдань за наявності незначних помилок або неточностей
2-1	неповне засвоєння матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання, недостатнє володіння основними поняттями навчальної дисципліни, недостатнє вміння застосовувати теоретичний матеріал для виконання практичних завдань
0	матеріал для самостійного опрацювання не засвоєний, відсутні знання основних понять і термінів навчальної дисципліни, невміння застосовувати теоретичний матеріал для виконання практичних завдань

6.3.Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Форма проведення модульного контролю – модульна контрольна робота

Форма проведення – тестові завдання

Час проведення – 80 хвилин

Максимальна кількість балів: 25 балів

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

К-сть балів	Критерії оцінювання
25	В повному обсязі володіє матеріалом, вільно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу; стилістично грамотно викладає матеріал
24-20	Достатньо повно володіє матеріалом, обґрунтовано його викладає, розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Проте виклад окремих питань недостатньо змістовний та аргументований, допущені окремі несуттєві неточності та незначні помилки
19-15	Загалом володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури. Допускає окремі суттєві неточності та помилки
14-10	Володіє навчальним матеріалом не в повному обсязі, викладає його фрагментарно, без обґрунтування, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускає суттєві неточності
9-5	Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки
4-0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль проводиться у вигляді заліку, тому виставляється автоматично за результатами роботи (накопичених балів) впродовж семестру

Умова заліку – виконання всіх видів робіт, визначених у п. 6.1 і отримання від 60 до 100 балів за семестр

6.5. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90 – 100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
F, FX	1-59 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним проходженням – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного проходження

7. Навчально-методична карта дисципліни

Разом: 120 год., лекції – 28 год., семінарські заняття – 28 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 56 год.

Модуль	Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції		Змістовий модуль 2. Електронний ринок та організація його роботи			Змістовий модуль 3. Суб'єкти електронної комерції			Змістовий модуль 4. Інструменти підтримки діяльності учасників електронної комерції		
К-сть балів за модуль	60 балів		77 балів			125 балів			76 балів		
Номер теми	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Лекції (теми, бали) відвідування	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції 2 бали	Тема 2. Функціональні можливості е- комерції та її форми 1 бал	Тема 3. Електронний ринок та характеристика його учасників 1 бал	Тема 4. Віртуальні підприємства: сутність та види 2 бали	Тема 5. Електронні платіжні системи: зміст і типи 1 бал	Тема 6. Принципи організації та управління Інтернет-магазином 2 бали	Тема 7. Організація діяльності через Інтернет-аукціони 1 бал	Тема 8. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків 1 бал	Тема 9. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі 1 бал	Тема 10. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет 1 бал	Тема 11. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу 1 бал
Семінарські заняття (теми, бали) відповіді/відвідування	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	20 балів + 2 бали	20 балів + 2 бали	20 балів + 2 бали	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал	10 балів + 1 бал
Самостійна робота (бали)	10 балів		15 балів			30 балів			15 балів		
Поточний контроль (вид, бали)	25 балів		25 балів			25 балів			25 балів		
<i>Підсумковий рейтинговий бал – 338</i>											
<i>Коефіцієнт переведення рейтингу у 100-бальну шкалу – 3,38</i>											

8. Рекомендовані джерела

Основна (базова)

1. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. (2012). *Електронна комерція: навч. посібник*. К.: КНЕУ. 326 с.
2. Борейко Н.М., Коваленко Ю.М., Краснова Т.Д. (2017). *Оподаткування електронної комерції в Україні: монографія*. Київ: Алерта. 229 с.
3. Дrajниця С.А. (2021). *Електронна комерція: навч. посібник*. Львів: Новий світ-2000. 184 с.
4. Краус К.М., Краус Н.М. (2020). Цифрова трансформація бізнес-моделі роздрібно́ї торгівлі: Х Міжнар. нак-практ. інтернет-конф. “Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації”. Полтава: ПУЕТ (27-28 квіт. 2020). 195–198.
5. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. (2021). *Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник*. Київ: Аграр Медіа Груп. 454 с.
6. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. (2020). *Електронна комерція: курс лекцій*. Мелітополь: Люкс. 225 с.
7. Меджибовська Н.С. (2014). *Електронна комерція: навч. посібник*. К.: Центр навч. л-ри. 384 с.
8. Омельченко В.Я. Омельченко О.В., Омельченко Г.П. (2017). *Розвиток електронної логістики в системі світової інформаційної економіки: монографія*. Маріуполь: ППНС. 245 с.
9. Гардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. (2011). *Електронна комерція: навч. посіб.* Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 244 с.
10. Тягунова Н.М., Гудзенко М.Ю. (2013). Інтернет-торгівля: сутність та особливості. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*, 3. 160–162.
11. Шалева О.І. (2011). *Електронна комерція: навч. посіб.* К.: Центр навчальної літератури. 216 с.

Додаткова

12. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції (2018). URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5> (дата звернення: 15.08.2022).
13. Гамова І.В. (2016). *Управління маркетингом підприємств у сфері роздрібно́ї електронної торгівлі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04*. Київ. нац. торг.-екон. ун-т., Київ. 23 с.
14. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики (2018). URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-kommerciya-v-ukrayini-konkurentnyy-dysbalans-i-podatkovyi-vyuky> (дата звернення: 22.07.2022).
15. Коломієць Г.М., Єщенко Є.О., Меленцова О.В. (2018). *Мережеві спільноти електронного простору – глобальний наратив сучасного господарства: монографія*. Харків: Вид-во Іванченка І.С. 132 с.
16. Краус К.М., Краус Н.М., Марченко О.В. (2020). Інноваційне підприємництво і цифровий бізнес: науково-економічна фіча розвитку та зміни в управлінні. *Ефективна економіка*, 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7779>.
17. Краус К.М., Краус Н.М., Андрусак Н.О. (2021). Навчання цифровому підприємництву: інноваційні техніки, технології, види та методики.

Ефективна економіка, 2. URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8643>.

18. Про захист персональних даних: Закон України №2297-VI від 01.06.2012 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>.

19. Про інформацію: Закон України №2657-XII від 02.10.1992 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.

20. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України №2163-VIII від 05.10.2017 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>.

21. Рошук М.В. (2018). Розвиток електронного урядування в Україні: правовий аспект забезпечення безпеки інформації. *Безпека інформації*, 1. 17-22.

22. Федусенко О.В., Доманецька І.М., Красовська Г.В. (2016). *Проектування систем електронного документообігу*: навч. посіб. для студентів, які навчаються за напрямом підгот. 6.050101 “Комп’ютерні науки”. Київ: нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ: КНУБА. 87 с.

23. Чобаль Л.Ю., Сімех К.Ю. (2019). Використання інтернет-технологій в практиці маркетингових комунікацій туристичних підприємств в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*, 7/8. 94-98.

24. Kraus K., Kraus N., Marchenko O. (2020). The impact of servation on the results of economic digital entrepreneurship activities. *Ukraine in the context of global and national modern servisation processes and digital economy*: monograph, Praha: OKTAN PRINT. 81–91.

25. Kraus K. (2020). New quality of entrepreneurship management as a result of application of digital technologies. *Collection of materials “Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management”*. Riga: Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems, pp. 72–76.

26. Kraus K., Kraus N., Nikiforov, P., Pochenchuk, G., Babukh, I. (2021). Information and Digital Development of Higher Education in the Conditions of Innovatyzation Economy of Ukraine. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, Vol. 17, Art. #64. 659-671. URL: <https://wseas.com/journals/ead/2021/b305115-652.pdf>.

27. Teaching Guidelines For Digital Entrepreneurship, eds. Kateryna Kraus, Nataliia Kraus, Olena Shtepa, Cracow University of Economics, Kiev-Cracow 2021, 71 p. (<https://ted.uek.krakow.pl/output-1-teaching-guidelines/>).