


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

Кафедра економіки і бізнесу

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП «Підприємництво та
бізнес-технології»
доц. Завадських Г.М.
« » серпня 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри,
к.е.н., доцент
 Лариса БОЛТЯНСЬКА
«31» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронна комерція»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за ОПП
«Підприємництво та бізнес-технології»
(на основі повної загальної середньої освіти та ОКР «фаховий молодший
бакалавр»)
факультет економіки та бізнесу

2023 – 2024 н. р.


Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за ОПП «Підприємництво та бізнес-технології» (на основі повної загальної середньої освіти та ОКР «фаховий молодший бакалавр»).
Запоріжжя, ТДАТУ. 2023. 14 с.

Розробник: Лисак О.І., к.е.н., доцент

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри економіки і бізнесу

Протокол № 1 від «30» серпня 2023 року

Завідувач кафедри економіки і бізнесу

к.е.н., доцент  Лариса БОЛТЯНСЬКА

31 серпня 2023 року

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за ОПП «Підприємництво та бізнес-технології» (на основі повної загальної середньої освіти та ОКР «фаховий молодший бакалавр»).

Протокол №1 від 4 вересня 2023 року

Голова, доц. _____ Юлія ВОРОНІНА

«4» вересня 2023 року

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 5	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (шифр і назва)	обов'язкова	
Загальна кількість годин – 150 годин	Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		2, 1с	3, 1-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 4 год. самостійна робота студента – 11 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	20 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	20 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	110 год.
		Форма контролю: екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Електронна комерція» є формування системи теоретичних і практичних знань, навичок з електронного бізнесу, які дадуть можливість студентам професійно здійснювати свою діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі.

Завдання курсу - теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з наступних питань: предметна галузь електронної комерції; основи теорії електронної комерції; основні поняття електронної комерції; застосування електронної комерції, ринки електронної комерції; основні моделі бізнес-процесів електронної комерції та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернет; нові принципи та засоби проведення розрахунків: пластикові картки, цифрові гроші; типи електронних платежів і платіжних систем; проблеми безпеки та захисту інформації при електронній комерції; досвід компаній, які успішно використовують у своїй діяльності методи й засоби електронної комерції; основи бізнесу та маркетингу в сучасних інформаційних технологіях; практичні навички з бізнесу в сучасних системах інформаційних телекомунікацій.

Результати навчання (з урахуванням soft skills)

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК10. Здатність діяти відповідально та свідомо.

Фахові компетентності

ФК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ФК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ФК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

ФК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ФК. 9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ФК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків

Програмні результати навчання

РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 5. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

РН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.

РН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 22. Демонструвати вміння застосовувати креативний підхід та критичне мислення у процесі здійснення досліджень та навички використання цифрових технологій у створення презентаційних матеріалів за результатами досліджень.

РН 23. Демонструвати вміння обґрунтовувати вибір способів застосування сучасних бізнес-технологій з урахуванням умов ведення бізнесу.

Soft skills:

- **комунікативні навички:** письмове, вербальне й невербальне спілкування; - вміння спілкуватися по e-mail; вести суперечки і відстоювати свою позицію, спілкування в конфліктній ситуації; навички створення, керування й побудови відносин у команді.

- **вміння виступати привселюдно:** навички, необхідні для виступів на публіці; проводити презентації.

- **керування часом** - вміння справлятися із завданнями вчасно.

- **гнучкість і адаптивність:** гнучкість, адаптивність і здатність мінятися; вміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблем.

- **лідерські якості:** вміння спокійно працювати в напруженому середовищі; вміння ухвалювати рішення; вміння встановлювати мету, планувати.

- **особисті якості:** креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до навколишніх.

Міждисциплінарні зв'язки з урахуванням структурно-логічної схеми ОПП «Підприємництво та бізнес-технології».

Перелік навчальних дисциплін, знання з яких потрібні для вивчення освітньої компоненти Електронна комерція: «Інформаційні системи та

технології в економіці», «Регіональна економіка», «Дослідження ринку», «Основи підприємництва».

Перелік навчальних дисциплін, вивчення яких у подальшому базується на матеріалі освітньої компоненти Електронна комерція: навчальна практика з основ підприємництва.

3 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основні поняття та принципи ведення електронного бізнесу

Тема 1. Основи електронного бізнесу [1, 5, 7,]

Електронна комерція як навчальна дисципліна. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Різниця між електронним і традиційним бізнесом. Переваги електронного бізнесу. Причини переходу в кіберпростір. Операції електронної комерції. Види електронної комерції. Переваги та характерні риси електронної комерції. Розширення ринку. Нові послуги. Зниження витрат. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку. Місце електронного бізнесу в системі світового господарства. Історія розвитку електронної комерції.

Історія Інтернету. Інтернет: мережі, завдання, учасники. Інтернет: юридичні проблеми. Міжнародний розмах. Електронний ринок. Швидко зростаючий звід норм. Протокол передачі файлу (РТР), доменні імена, посилення. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі. Комунікаційні характеристики Інтернету. Перспективи розвитку мережі.

Тема 2. Види електронного бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу [8]

Електронна комерція. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Платіжні системи. Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні бюро. Електронні страхові послуги. Дистанційне навчання. Електронний маркетинг. Електронна реклама. Розробка ПЗ та цифрових товарів. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією. Моделі електронної комерції.

Тема 3. Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B [1, 6,]

Система ЕК типу B2B. Головні елементи системи електронної комерції B2B. Класифікація систем ЕК типу B2B. Моделі систем B2B. Електронний майданчик. Послуги електронних майданчиків. Інтернет-аукціон. Класифікація Інтернет-аукціонів. Огляд Internet-аукціони. Internet площадки та їх види. Бізнес моделі та структура Internet площадок. Розвиток торгових Internet площадок.

Тема 4. Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Системи електронної комерції G2C та G2B [2, 4, 6, 8]

Загальна робота системи B2C. Класифікація систем ЕК типу B2C. Електронний ряд. Інтернет-вітрина. Інтернет-магазин. Структура та процес створення Інтернет-магазину. Відмінні риси Інтернет-вітрини та Інтернет-магазину. Класифікація відвідувачів інтернет-магазинів. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти. Відкривання магазину. Обробка замовлення. Керування магазином. Забезпечення Internet магазину. Оплата і доставка товарів. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину. Якість обслуговування у Internet магазинах.

Тема 5. Електронні платіжні системи [2, 5, 8]

Поняття платіжної системи в Інтернеті. Дотримання конфіденційності. Збереження цілісності інформації. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація. Гарантії ризиків продавця. Мінімізація плати за транзакцію. Класифікація платіжних систем. Кредитні системи. Дебетові системи. Платіжні системи на основі смарт-карт. "Електронна готівка". Платіжні системи типу CyberPlat, Assist, Еліт-карт Instant, Web Money Transfer, PayCash, PayPal.

Змістовий модуль 2. Засоби та умови торгівлі через Інтернет мережу

Тема 6. Internet-трейдинг [1, 9]

Принципи функціонування Інтернет-трейдингу. Дейтрейдинг. Ринок Forex. Типи рахунків при роботі на електронній біржі. Інструменти для роботи на ринку Forex.

Тема 7. Internet-маркетинг[1, 9]

Особливості сучасного Internet-маркетингу. Сайтопромоутінг. Закони Інтернет-маркетингу. Методи Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Таргетинг. Пошукова реклама. Медіапланування. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet.

Тема 8. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація [3, 9]

Пошукова оптимізація. Критерії оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем. Зона видимості. Методи пошукової оптимізації. Індекс цитування. Спамдексинг.

Тема 9. Internet-реклама [3, 9]

Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті. Цінові моделі розміщення реклами. Оплата по кількості показів. Фіксована оплата. Оплата по кількості натискань мишею. Оплата по кількості відвідувачів. Оплата в залежності від кінцевого результату. Порівняльний аналіз цінових моделей. Банерна реклама. Методи банерної реклами. Критерії вибору рекламних площадок. Реєстрація сайту в Web-каталогах і індексація сайту пошуковими системами. Реклама з використанням електронної пошти (opt-out і opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів. Розсилання індивідуальних листів Використання списків розсилання правил ефективного використання дискусійних аркушів. Спам.

Вірусний маркетинг. Реклама з використанням дощок оголошень. Розсилання новин сервера. Партнерські програми.

Тема 10. Електронні публічні закупівлі.

Види та процедури закупівель. Особливості процесу електронних закупівель. ProZorro – частина життєвого циклу закупівель. Архітектура ProZorro. Переваги використання електронної системи закупівель.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість					балів
			годин					
			лк	лаб	пр.	СРС		
Змістовий модуль 1. «Основні поняття, принципи та організація ведення електронного бізнесу»								
1	Лекція 1	Основи електронного бізнесу	2	-	-	-	-	
	Практичне заняття 1	Основи електронного бізнесу	-	-	2		3	
	Самостійна робота 1	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2	
2	Лекція 2	Види електронного бізнесу	2					
	Практичне заняття 2	Види електронного бізнесу	-		2		3	
	Самостійна робота 2	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2	
3	Лекція 3	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	2					
	Практичне заняття 3	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	-		2		3	
	Самостійна робота 3	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2	
4	Лекція 4	Системи електронної комерції B2C. Системи електронної комерції G2C та G2B	2		-			
	Практичне заняття 4	Системи електронної комерції B2C. Системи електронної комерції G2C та G2B	-		2		3	
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-		-	9	2	
5	Лекція 5	Електронні платіжні системи	2					
	Практичне заняття 5	Електронні платіжні системи	-		2		3	
	Самостійна робота 5	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2	
6-7	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I				10		
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I	-				10	
Всього за змістовий модуль 1 – 75 год.			10	0	10	55	35	
Змістовий модуль 2. «Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу»								
8	Лекція 6	Internet-трейдинг	2					
	Практичне заняття 6	Internet-трейдинг			2		3	
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на ОП				9	2	
9	Лекція 7	Internet-маркетинг	2	-	-	-	-	
	Практичне заняття 7	Internet-маркетинг	-	-	2		3	
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2	

10	Лекція 8	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	2				
	Практичне заняття 8	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	-		2		3
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2
11	Лекція 9	Internet-реклама	2				
	Практичне заняття 9	Internet-реклама	-		2		3
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2
12	Лекція 10	Електронні публічні закупівлі	2				
	Практичне заняття 10	Електронні публічні закупівлі	-		2		3
	Самостійна робота 10	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			9	2
13-14	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				10	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II	-				10
<i>Всього за змістовний модуль 2 – 75 год.</i>			10	0	10	55	35
<i>Екзамен</i>							30
<i>Всього з навчальної дисципліни – 150 год.</i>			20	0	20	110	100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції.
2. Різниця між електронним і традиційним бізнесом.
3. Переваги електронного бізнесу.
4. Причини переходу в кіберпростір.
5. Види електронної комерції.
6. Переваги та характерні риси електронної комерції.
7. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві.
8. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку.
9. Місце електронного бізнесу в системі світового господарства.
10. Історія розвитку електронної комерції.
11. Історія Інтернету.
12. Інтернет: мережі, завдання, учасники.
13. Інтернет: юридичні проблеми.
14. Електронний ринок.
15. Протокол передачі файлу (РТР), доменні імена, посилання.
16. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі.
17. Комунікаційні характеристики Інтернету.
18. Перспективи розвитку мережі.
19. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.
20. Моделі електронної комерції.
21. Система ЕК типу В2В.
22. Головні елементи системи електронної комерції В2В.
23. Класифікація систем ЕК типу В2В.
24. Моделі систем В2В.
25. Електронний майданчик.
26. Послуги електронних майданчиків.
27. Інтернет-аукціон.
28. Класифікація Інтернет-аукціонів.
29. Огляд Internet-аукціони.
30. Internet площадки та їх види.
31. Бізнес моделі та структура Internet площадок.
32. Розвиток торгових Internet площадок.
33. Загальна робота системи В2С.
34. Класифікація систем ЕК типу В2С. Електронний ряд.
35. Інтернет-вітрина.
36. Інтернет-магазин.
37. Структура та процес створення Інтернет-магазину.
38. Відмінні риси Інтернет-вітрини та Інтернет-магазину.
39. Класифікація відвідувачів інтернет-магазинів.
40. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином.
41. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти.

42. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину.
43. Якість обслуговування у Internet магазинах.
44. Поняття платіжної системи в Інтернеті.
45. Дотримання конфіденційності. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація.
46. Класифікація платіжних систем.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Принципи функціонування Інтернет-трейдингу.
2. Дейтрейдинг.
3. Ринок Forex.
4. Типи рахунків при роботі на електронній біржі.
5. Інструменти для роботи на ринку Forex.
6. Особливості сучасного Internet-маркетингу.
7. Сайтопромоутинг.
8. Закони Інтернет-маркетингу.
9. Методи Інтернет-маркетингу.
10. Інтернет-реклама. Таргетинг.
11. Пошукова реклама.
12. Медіапланування.
13. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet.
14. Пошукова оптимізація.
15. Критерії оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем.
16. Зона видимості.
17. Методи пошукової оптимізації.
18. Індекс цитування.
19. Спамдексинг.
20. Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті.
21. Цінові моделі розміщення реклами.
22. Банерна реклама. Методи банерної реклами.
23. Критерії вибору рекламних площадок.
24. Реєстрація сайту в Web-каталогах і індексація сайту пошуковими системами.
25. Реклама з використанням електронної пошти (opt-out і opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів.
26. Спам.
27. Вірусний маркетинг.
28. Реклама з використанням дошок оголошень.
29. Партнерські програми.
30. Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів.
31. Основні напрямки оцінки ефективності електронної комерції.
32. Економічні показники ефективності електронної комерції. Основні

- маркетингові показники.
33. Структура загальних витрат Інтернет-проекту.
 34. Види та процедури закупівель.
 35. Особливості процесу електронних закупівель.
 36. ProZorro – частина життєвого циклу закупівель.
 37. Архітектура ProZorro.
 38. Переваги використання електронної системи закупівель.

6 МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, які використовуються в процесі проведення лекційних та практичних занять з навчальної дисципліни Електронна комерція: лекції з використанням мультимедійних презентацій та проблемного викладання, робота в групах, розв'язування ситуаційних завдань, кейсів.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Електронний бізнес. Навчальний посібник. / Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Київ: ДУТ, 2018. 292 с.
2. Електронна комерція [Текст]: навч. посібник / С. А. Дrajниця. Львів: Новий світ-2000, 2021. 184 с
3. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 – Менеджмент / М. Ю. Карпенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
4. Краус К.М. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навч.-метод. посіб. / К. М. Краус, Н. М. Краус, О. В. Манжура. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 456 с
5. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Царьов Р.Ю. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2020. 112 с.

Допоміжна

6. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 668 с.
7. Практикум з економіки підприємства: електр. навч. посіб. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. 2018. 244 с.
8. Від ідеї до власної справи: Навч. посібник. /А.С. Коноваленко, Л.О. Болтянська, Д.М. Трачова та інш. Мелітополь.: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017. 278 с.
9. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2017. №3 (35). С. 46-55.
10. Інноваційні методи інтернет-торгівлі / О.І. Лисак, В.М. Тебенко// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2020. № 2 (39) . С. 103-111.

8. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Освітній портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua/login/index.php>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет кафедри економіки і бізнесу.
4. Сайт кафедри економіки і бізнесу <http://www.tsatu.edu.ua/et/>
5. Internet.
6. Радник у сфері публічних закупівель <https://radnuk.com.ua/>