

Назва дисципліни	Електронна комерція
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Стрільчук Руслан Миколайович
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	http://www.rshu.edu.ua/121-personalii/121-7-strilchuk-ruslan-mykolaiovych
E-mail викладача:	ruslan.strelchuk@rshu.edu.ua
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни полягає у вивченні теоретичних і практичних засад електронної комерції для виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів обробки інформації, використання мережі Інтернет для забезпечення більшої ефективності в майбутній підприємницькій та професійній діяльності.

Завдання навчальної дисципліни:

- вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції;
- знайомство з різними типами електронних платежів;
- ознайомлення з поняттям електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг;
- визначення ефективності впровадження елементів електронної комерції в діяльності підприємств (організацій);
- систематизація знань про електронні фінансові транзакції в мережі Інтернет;
- засвоєння особливостей формування системи електронної комерції у корпоративному та споживчому секторах;
- визначення шляхів удосконалення комерційної діяльності підприємств на основі залучення можливостей ведення бізнесу в мережі Інтернет;
- здійснення покупок за допомогою електронного магазину з використанням різноманітних видів електронних платіжних систем;
- систематизація засобів Інтернет-маркетингу та рекламної діяльності.

Предмет дисципліни: методологія і методи побудови, аналізу систем електронної комерції та технологій ведення бізнесу на основі використання інформаційно-комунікаційних можливостей мережі Internet.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Електронна комерція» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом такої дисципліни як «Договірне право / Підприємницьке та трудове право».

Перелік тем

ТЕМА 1. Роль електронної комерції у сучасному бізнесі
ТЕМА 2. Принципи функціонування систем електронної комерції
ТЕМА 3. Можливості застосування електронної комерції

ТЕМА 4. Поняття та характеристика віртуальних підприємств
ТЕМА 5. Місце та роль маркетингу в електронній комерції
ТЕМА 6. Електронний ринок на базі мережі Інтернет
ТЕМА 7. Платіжні та фінансові системи Інтернет
ТЕМА 8. Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Базова

1. Електронна комерція : навч. посіб. / Н. Р. Полуктова, С. О. Сабанов; Запоріж. ін-т економіки та інформ. технологій. Запоріжжя, 2011. 304 с.
2. Зайцева О. О., Болотинюк І. М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н. В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2015. 264 с.
3. Електронна комерція : Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисциплін. / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф. А. Левченко, В. М. Гужва, В. С. Трохименко; Київ. нац. екон. ун-т. К., 2004. 108 с.
4. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 244 с.
5. Шалева О.І. Електронна комерція : Навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

Допоміжна

1. Ананьєв О.М., Білик В.М., Гончарук Я.А. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності : підручник. Львів, 2006. 584 с.
2. Карпенко С.Г., Попов В.В., Тарнавський Ю.А., Шпортюк Г.А Інформаційні системи і технології : навч. посіб. Київ, 2004. 192 с.
3. Косинський В. І., Швець О. Ф. Сучасні інформаційні технології : навч. посіб. Київ, 2011. 318 с.
4. Кравець Р. Б., Серов Ю. О., Марковець О. В. Інформаційні технології організації бізнесу : навч. посіб. Львів, 2013. 228 с.
5. Павлиш В. А., Гліненко Л. К. Основи інформаційних технологій і систем : навчальний посібник. Львів, 2013. 500 с.
6. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Інформаційні системи і технології на підприємствах : підручник. Київ, 2011. 718 с.
7. Пономаренко В.С., Золотарьова І.О., Бутова Р.К. Інформаційні системи в сучасному бізнесі. Харків, 2011. 484 с.
8. Сиротинська А.П., Лазаришина І.Д. Інформаційні системи підприємств малого бізнесу : навч. посіб. Київ, 2008. 264 с.
9. Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнеспроцесів : навчальний посібник. Київ, 2012. 296 с.

16. Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти РДГУ. URL: <http://rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr>
2. Електронна бібліотека РДГУ. URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>.
3. Буковинська бібліотека. URL: <https://buklib.net/books/21875/>.
4. OSVITA.UA. RL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/.
6. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>.
7. Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.com.ua>.
8. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
9. Додаток Google AdWords. URL: <https://ads.google.com>.
10. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
11. Бізнес-портал: <http://www.buziness.info>.
12. Загальнооекономічний глосарій : <http://www.ssu-ekonomika.net>.

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК7.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	P2.	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6 MН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		P3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6 MН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК 9.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій	P2.	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6 MН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10

		Р 4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р 7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК4.	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	Р 3.	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК 5.	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	Р 8.	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10

		Р 11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК 6.	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	Р 4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р 11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК 7.	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	Р 4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК 8.	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	Р13.	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10

* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** МО1 – екзамен; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквиум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «Електронна комерція»

Поточне тестування та самостійна робота								Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	
9	9	9	9	15	9	9	9	100
Модульний контроль-22								

Система та критерії оцінювання

у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	А	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89		дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна			

74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		
60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ,

Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.