



СИЛАБУС

Назва дисципліни	Електронна комерція
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Стрільчук Руслан Миколайович
CV викладача на сайті кафедри	http://surl.li/btgkus
E-mail викладача:	ruslan.strelchuk@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання 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.

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

Загальні компетентності:

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

СК 12. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Очікувані результати навчання:

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні:

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

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основні поняття та принципи ведення електронного бізнесу

ТЕМА 1. Основи електронного бізнесу.

ТЕМА 2. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.

ТЕМА 3. Платіжні та фінансові системи Інтернет.

Змістовий модуль 2. Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу

ТЕМА 4. Місце та роль маркетингу в електронній комерції.

ТЕМА 5. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація.

ТЕМА 6. Internet-реклама.

ТЕМА 7. Регулювання та організаційно-правове забезпечення електронної комерції.

ТЕМА 8. Ефективність електронної комерції.

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна

1. Електронна комерція : навч. посіб. / Н. Р. Полуєктова, 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. Косинський В. І., Швець О. Ф. Сучасні інформаційні технології : навч. посіб. Київ, 2011. 318 с.
2. Кравець Р. Б., Серов Ю. О., Марковець О. В. Інформаційні технології організації бізнесу : навч. посіб. Львів, 2013. 228 с.
3. Павлиш В. А., Гліненко Л. К. Основи інформаційних технологій і систем : навчальний посібник. Львів, 2013. 500 с.
4. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Інформаційні системи і технології на підприємствах : підручник. Київ, 2011. 718 с.
5. Пономаренко В.С., Золотарьова І.О., Бутова Р.К. Інформаційні системи в сучасному бізнесі. Харків, 2011. 484 с.
6. Томашевский О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнеспроцесів : навчальний посібник. Київ, 2012. 296 с.

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/.5.OSVITA.UA>.
4. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>.
5. Он-лайн бібліотека для студентів.
URL:<https://www.twirpx.com/>.
6. Додаток Google AdWords. URL: <https://ads.google.com>.
7. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
8. Бізнес-портал: <http://www.buziness.info>.

Система оцінювання

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти Рівненського державного гуманітарного університету https://www.rshu.edu.ua/files/univer/pol_ocinuvana_znan_umin_zvo_rshu_2018_zamin.pdf.

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи, модульного контролю.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти під час вивчення дисципліни

№ з/п	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
Обов'язкові			
T1	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T2	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T3	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T4	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T5	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T6	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T7	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
T8	Поточне тестування Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	5 5	10
Модульний контроль		20	
Разом		100	
Наукова робота (необов'язкові) – враховуються додатково			
Підготовка тез доповідей (без виступу)		10	
Виступ на науковій конференції та публікація тез доповідей		20	

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Завдання здобувачі вищої освіти мають виконувати і здавати відповідно до графіку освітнього процесу. Перескладання модулів, заліків, екзаменів відбувається у терміни ліквідації академічних заборгованостей, визначених кафедрами та деканатами.

Політика щодо академічної доброчесності. Здобувач вищої освіти під час виконання самостійної та індивідуальної роботи повинен дотримуватися 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.

Силабус розроблено на основі робочої програми навчальної дисципліни
«Електронна комерція»
(протокол № 15 від 26 грудня 2024 року)