МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ОХТИРСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
СУМСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Заступник директора
з навчально-виховної роботи
_____Олена ГАВРИШ
__ 29.08 _____202_року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронна комерція

Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Форма навчання	денна
Загальна кількість годин / кредитів ECTS	90 годин/ 3 кредита
Характеристика навчальної дисципліни	вибіркова
Форма семестрового контролю	диференційований залік
Мова викладання	українська
Інформація про викладача, контактна інформація	Когут Анна Анатоліївна kogut_anna@ukr.net
Розміщення курсу	https://dev1.ocsnau.net/course/view.php?id=161

Силабус розглянуто на засіданні циклової комісії економічних спеціальностей
Протокол №_7_від 04 03 2025року

Голова циклової комісії _____Анна КОГУТ

Викладач _____ Анна КОГУТ

1.МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета викладання дисципліни	формування у здобувачів необхідного рівня теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки, а також навичок для ефективної робити із сучасними технологіями, що дозволить майбутнім фахівцям працювати у сфері інтерактивної діяльності.
Завдання вивчення дисципліни	ознайомлення з основними поняттями та можливостями електронного бізнесу, засадами створення та засобами ведення електронної комерції; принципами функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet; системами платежів для електронної комерції; безпекою і методами захисту інформації в мережі Internet; опанування технологій е-комерції й Internet технологій; освоєння методів оцінювання стану електронної торгівлі для створення стратегічних конкурентних переваг своєї діяльності.

2.ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви змістовних модулів, тем	Всього годин	Аудиторні			Самостійна робота
			лекції	практичні	семінарські	
1	2	3	4	5	6	7
	Модуль 1					
1	Тема 1. Поняття та значення електронної комерції	8	2	2		4
2	Тема 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності	6	2	2		2
3	Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	4	2			2
4	Тема 4. Основні категорії мережі Internet та інструментарій електронної комерції	4	2		2	
5	Тема 5.Безпека та захист інформації в електронній комерції	4				4
6	Тема 6. Віртуальні підприємства: сутність та види	6	2			4
	Модуль 2					
7	Тема 7. Електронні платіжні системи та їх захист.	10	4	2		4
8	Тема 8. Організації та управління Інтернет-магазином.	10	4	2		4

9	Тема 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони	8	2	2		4
10	Тема 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	4	2			2
	Модуль 3					
11	Тема 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі	4	2			2
12	Тема 12. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу	10	2	4		4
13	Тема 13. Тактичні прийоми е-комерції	6	2		2	2
14	Тема 14. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі	6	2	2		2
	Всього	**90**	**30**	**16**	**4**	**40**

3.ТЕМИ ТА ПЛАН ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

№ З/П	Назва теми	Кількість годин
	Модуль 1	
1	Тема 1. Поняття та значення електронної комерції 1. Суть і зміст електронної комерції 2. Основні категорії і класи електронної комерції 3. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. Учасники електронного ринку	2
2	Тема 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності 1. Переваги та недоліки функціонування е-бізнесу й е-комерції 2. Е-комерція та традиційна комерція: спільні та відмінні риси	2
3	Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу 1. Функціональні форми е-бізнесу 2. Цифрове забезпечення е-комерції	2
4	Тема 4. Основні категорії мережі Internet та інструментарій електронної комерції 1. Основні категорії мережі Internet 2. Основні служби мережі Internet 3 Поняття та класифікація Web-сайтів	2
5	Тема 5. Віртуальні підприємства: сутність та види 1.Віртуальне підприємство: суть та значення в сучасній економіці 2. Особливості створення і функціонування віртуальних підприємств 3. Типи та форми віртуальних підприємств 4. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх переваги та недоліки	2

	Модуль 2	
	Тема 7. Електронні платіжні системи та їх захист	
6	Тема 7.1 Електронні платіжні системи: зміст і типи 1.Електронні системи взаєморозрахунків 2. Класифікація пластикових карт 3. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті	2
7	Тема 7.2 Системи електронних платежів та їх захист 1. Кредитні та дебетові Інтернет-системи 2.Системи електронних платежів України 3. Захист платіжних систем в Інтернеті	2
	Тема 8. Організації та управління Інтернет-магазином	
8	Тема 8.1 Принципи організації та управління Інтернет-магазином 1.Зміст діяльності Інтернет-магазину 2. Особливості функціонування Інтернет-магазинів і їх види 3. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах	2
9	Тема 8.2 Складові успіху Інтернет-магазинів 1.Електронні моли як перспективна форма е-комерції 2. Складові успіху сучасних Інтернет-магазинів	2
10	Тема 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони 1. Суть і особливості віртуальних аукціонів 2. Класифікація віртуальних аукціонів та їх типи 3. Організація Інтернет-аукціонів	2
11	Тема 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків 1.Поняття і функції електронних торговельних майданчиків 2. Види й структура електронних торговельних майданчиків 3. Вертикальні (галузеві) та горизонтальні торговельні майданчики	2
	Модуль 3	
12	Тема 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі 1.Тренди підтримки покупців у B2C 2. Правила та проблеми придбання товарів через Інтернет 3. Характеристика популярних торговельних майданчиків світу 4. Тенденції розвитку Інтернет-торгівлі в Україні	2
13	Тема 12. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу 1.Сутність та інструменти Інтернет-маркетингу	2

	2. Вплив Інтернет-маркетингу на бізнес, його переваги та обмеження 3. Стратегії Інтернет-маркетингу 4. Основні тренди Інтернет-маркетингу в Україні	
14	Тема 13. Тактичні прийоми е-комерції 1. Стимулювання збуту в е-комерції 2. Напрямки зв'язків з громадськістю в е-комерції	2
15	Тема 14. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі 1. 1.Основні напрями розвитку систем електронної комерції 2. Правове регулювання електронної комерції в Україні. 3. Бізнес-моделі успішних е-торговців України 4. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні.	2
	Разом	**30**

4.ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Зміст та значення е-комерції	2
2	Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності	2
3	Електронні платіжні системи в Україні	2
4	Аналіз та оцінка роботи інтернет-магазинів	2
5	Аналіз діяльності Інтернет-аукціонів	2
6	Створення банерної реклами з допомогою Animated GIF Maker	2
7	Оцінка ефективності здійснення маркетингової діяльності	2
8	Аналіз бізнес-моделей успішних електронних торговців	2
	Разом	**16**

ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Еволюція глобальної мережі Інтернет та перспективи розвитку мережі Інтернет	2
2	Брендинг в електронній комерції в Україні та світі	2
	Разом	**4**

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Вид навчальної діяльності	Форма контролю	Кількість годин
1	Тема1.Поняття та значення електронної комерції	Самостійна робота з навчально-	Питання включені до	4

	1. Історія розвитку е-бізнесу в Україні та світі. 2.Причини переходу в кіберпростір. 3.Місце е-комерції в інформаційному секторі економіки.	методичною літературою [1] стор.307-335	модульного тестування	
2	Тема 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності 1. Нові можливості е-комерції для споживачів та постачальників	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [1] стор. 35-36	Питання включені до модульного тестування	2
3	Тема 3.Електронна комерція як складова електронного бізнесу 1.Види електронних пристроїв, які забезпечують е-комерцію	Самостійна робота з навчально-методичною літературою (1) стор. 52-53	Питання включені до модульного тестування	2
4	Тема 5. Безпека та захист інформації в електронній комерції 1.Характеристика загроз безпеці інформації 2. Комп'ютерна безпека та шахрайство в е-комерції 3. Захист інформації в мережі Інтернеті та вимоги до нього	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [2] стор.12-14	Питання включені до модульного тестування	4
5	Тема 6. Віртуальні підприємства: сутність та види 1.Порівняльна характеристика статичних та динамічних віртуальних підприємств. 2.Проблеми, що виникають при створенні віртуальних підприємств	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [1] стор.90-100	Питання включені до модульного тестування	4
6	Тема 7.1. Електронні платіжні системи: зміст і типи 1. Історія виникнення пластикових карт	Самостійна робота з навчально-методичною літературою (1) стор. 107-108	Питання включені до модульного тестування	2
7	Тема 7.2.Системи електронних платежів та їх захист 1.Порівняльна характеристика	Самостійна робота з навчально-	Питання включені до модульного тестування	2

	різних платіжних інструментів в е-комерції	методичною літературою (1) стор. 118-119		
8	Тема 8.3. Пошукова оптимізація сайту Інтернет-магазину та його просування в мережі Internet 1. Методи просування сайту 2. Контентна оптимізація сайту 3. Внутрішня та зовнішня оптимізація сайту	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [1] стор.225-235	Питання включені до модульного тестування	4
9	Тема 9. Організація комерційної діяльності через Інтернет-аукціони 1.Забезпечуючі служби діяльності Інтернет-аукціону. 2.Характеристика складових інфраструктури Інтернет-аукціону	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [2] стор.45-47	Питання включені до модульного тестування	4
10	Тема 10. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків 1.Інтернет-представництва бізнес-структур	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [1] стор.173-175 [2] стор.56-57	Питання включені до модульного тестування	2
11	Тема 11. Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі 1.Сучасні тренди е-комерції	Самостійна робота з навчально-методичною літературою (1)стор. 190-199	Питання включені до модульного тестування	2
12	Тема 12. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу 1.Структура маркетингових комунікацій в соціальних медіа 2. Цифровий маркетинг та його комунікаційні технології	Самостійна робота з навчально-методичною літературою [1] стор.291-301	Питання включені до модульного тестування	4
13	Тема 13. Тактичні прийоми е-комерції 1.Комплекс функцій, які	Самостійна робота з навчально-методичною	Питання включені до модульного тестування	2

	Практичні та самостійні роботи виконані в повному обсязі. Доповідь на семінарське заняття логічно завершена, обґрунтована і систематизована, будь яке твердження обов'язково доведене.
«Добре» («4»)	Студент твердо засвоїв програмний матеріал, може розрізняти основні поняття електронної комерції, розуміється на бізнес-моделях електронної комерції і по суті, не допускає суттєвих неточностей. У відповідях на питання, як правило, вірно застосовує теоретичні положення при рішенні практичних питань і задач, володіє необхідними навичками і прийомами їх виконання. Студент виявляє знання в платіжних та фінансових системах Інтернету, знає принципи організації е-комерції, але має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу. Певною мірою володіє методологією та технологією реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет . Знає особливості і переваги Інтернет-маркетингу, тактичні прийоми електронної комерції, але може допускати кілька незначних неточностей, що суттєво не впливають на загальну результативність роботи. Практичні та самостійні роботи виконані в повному обсязі. Доповідь на семінарське заняття логічно завершена, обґрунтована і систематизована, але з певними неточностями.
«Задовільно» («3»)	Здобувач освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, не завжди може розрізняти поняття в е-комерції та бізнес-моделях електронної комерції. Студент на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння називає платіжні та фінансові системи Інтернету, принципи організації е-комерції. Не завжди відповідає на додаткові запитання викладача з метою виявлення розуміння того чи іншого навчального матеріалу. Методологію та технологію реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет , особливості і переваги Інтернет-маркетингу, тактичні прийоми електронної комерції, викладає неповно, з допомогою викладача. Практичні та самостійні роботи виконані в неповному обсязі. Під час семінарського заняття дає не повні відповіді на запитання, доповідь необгрунтована.
«Незадовільно» («2»)	Здобувач освіти в цілому не володіє навчальним матеріалом, не розрізняє основні поняття , не розуміється на бізнес-моделях електронної комерції.Не може відтворити щойно почутий навчальний матеріал, не розуміється в платіжних та фінансових системах Інтернету, принципах організації е-комерції. Не відповідає на додаткові запитання викладача. Не може достовірно викласти опрацьований теоретичний матеріал, щодо маркетингових заходів в мережі Інтернет ,

	особливостей і переваг Інтернет-маркетингу, тактичних прийомів електронної комерції. Практичні та самостійні роботи виконані в неповному обсязі. На семінарському занятті веде себе пасивно та не відповідає правильно на запитання викладача.

8.РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

БАЗОВА

1.Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. (2021). Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп. 454 с.
2. Шалева О.І. (2011). Електронна комерція: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури. 216 с
3 Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. (2011). Електронна комерція: навч. посіб.. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 244 с.
4. Дмитрієва В. А. Онлайн технології в електронному бізнесі: навчальний посібник. Дніпро: Ліра, 2022. 178 с.

ДОПОМІЖНА

1. Електронна комерція Практикум Укладачі М.М. Полтавець, Г.В. Савеленко, М.С. Онищук Кіровоград ПП Центр оперативної поліграфії Авангард
2. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. (2020). Електронна комерція: курс лекцій. Мелітополь: Люкс. 225 с.
3. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспетиви сучасності / І.О. Жувагіна, Л.М. Філіпішина // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 359-362.

9.ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Краус К.М., Краус Н.М., Андрусяк Н.О. (2021). Навчання цифровому підприємництву: інноваційні техніки, технології, види та методики.Ефективна економіка, URL: http://www.economy.nayka.com.ua
2. Про захист персональних даних: Закон України №2297-VI від 01.06.2010 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua
3. Про інформацію: Закон України №2657-XII від 02.10.1992 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/
4. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України №2163-VIII від 05.10.2017 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України - www.mof.gov.ua/uk

6. Офіційний сайт Національного банку України - www.bank.gov.ua
7. Сайт Державної служби статистики www.ukrstat.gov.ua

10. ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Відвідування дисципліни «Електронна комерція» здобувачами фахової передвищої освіти є обов'язковим, без запізнень (у разі неможливості відвідати заняття повідомляється викладач) . Здобувач зобов'язаний працювати з навчальною та додатковою літературою, з інформацією на платформі Moodle і в Інтернет-ресурсах.

Студенти повинні дотримуватися усіх строків, визначених для виконання практичних робіт та підготовки до семінарського заняття. Студенти повинні старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в освітніх цілях.

Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене вивчення за рекомендованою літературою або самостійне опрацювання теми. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Виконані практичні роботи студенти надсилають викладачу на електронну пошту, в Moodle на перевірку або надають доступ до практичної роботи на Google-диску.

Під час роботи над завданнями не припустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання.

Здобувач повинен виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дотримуватися корпоративної культури, етики академічних відносин та запобігати академічному плагіату.