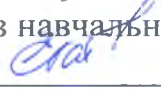


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ОХТИРСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
СУМСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора

з навчально-виховної роботи

 Олена ГАВРИШ

„ 29 ” . 08 2025 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронна комерція

для студентів освітньо-професійної програми **Економіка**

спеціальності **051 Економіка**

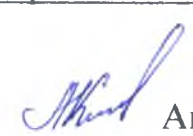
Освітньо- професійний ступінь - **фаховий молодший бакалавр**

Обсяг дисципліни в кредитах ЄКТС - **3**

Розробник - **КОГУТ Анна викладач**

Програму розглянуто і схвалено цикловою комісією економічних спеціальностей

Протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.

Голова циклової комісії  Анна КОГУТ

Опис навчальної дисципліни

№	Назва	
1	Освітньо-професійна програма	Економіка
2	Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
3	Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
4	Шифр і назва спеціальності	051 Економіка
5	Статус навчальної дисципліни	вибіркова
6	Семестр(семестри)	V семестр (БСО), III семестр (ПЗСО)
7	Загальна кількість годин(кредитів ЄКТС)	90 годин (3 кредита)
8	Аудиторні заняття в тому числі: лекції лабораторні практичні семінарські	50 30 16 4
9	Форма семестрового контролю	диференційований залік
10	Мова викладання	українська
11	Самостійна робота студента	40

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 роботи 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

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти

Бали	Критерії оцінювання
«Відмінно» («5»)	Здобувач освіти глибоко, ґрунтовно засвоїв програмний матеріал, досконало, логічно послідовно його викладає. Студент активно працює протягом усього курсу і, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Розрізняє поняття електронної комерції, розуміється на бізнес-моделях. Студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом та розуміється в платіжних та фінансових системах Інтернету, знає принципи організації е-комерції. Вільно володіє методологією та технологією реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет, відмінно знає особливості і переваги Інтернет-маркетингу. Розуміється на тактичних прийомах електронної комерції. Практичні та самостійні роботи виконані в повному обсязі.
«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.
«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.
«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 (менше 50%)

Тематичний план

№ з/ п	Назви змістових модулів, тем	Всього годин	Аудиторні				Самостійна робота
			лекції	практичні	семінарські	лабораторні	
1	2	3	4	5	6	7	8
	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

Зміст програми навчальної дисципліни

№ З/П	Номер модуля, теми програми. Тема заняття та його короткий зміст	Кількість годин			Види навчальних занять та методи їх проведення	Навчально- методична література, унаочнення, методичні рекомендації, інструкційні матеріали, тощо	Самостійне вивчення	Форми контролю
		всього	аудиторні	сам. вивчення				
	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	6	2	4	Лекція, пояснення, бесіда	[1] стор.16-25 [2] стор. 9-12	4. Історія розвитку е-бізнесу в Україні та світі. 5.Причини переходу в кіберпростір. 6.Місце е-комерції в інформаційному секторі економіки. [1] стор.307-335	
2	Практична робота №1 Зміст та значення е-комерції	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР
3	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	4	2	2	Лекція, розповідь.	[1] стор.34-40 [3] стор.41-45	3.Нові можливості е-комерції для споживачів та постачальників [1] стор. 35-36	Усне опитування
4	Практична робота №2 Порівняльний аналіз традиційної та	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР

	електронної комерційної діяльності							
5	Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу 1. Функціональні форми е-бізнесу 2. Цифрове забезпечення е-комерції	4	2	2	Лекція	[1] стор.48-52 [2] стор.70-76	3.Види електронних пристроїв, які забезпечують е-комерцію [1] стор.52-53	
6	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	2		Лекція, пояснення, бесіда	[2] стор.17-26		
7	Семінарське заняття № 1 Еволюція глобальної мережі Інтернет та перспективи розвитку мережі Інтернет 1. Історія інтернету від ARPANET до сьогодні 2 3. Сучасний стан та проблематика розвитку мережі Інтернет в Україні	2	2		Семінарське заняття	[1] стор.58-69		Захист доповіді
		4		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 [2] стор.12-14	

8	Тема 6. 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	6	2	4	Лекція, пояснення, бесіда	[1] стор.88-90 [3] стор.55-57	5.Порівняльна характеристика статичних та динамічних віртуальних підприємств. 6.Проблеми що виникають при створенні віртуальних підприємств [1] стор.90-100	Тестування
Модуль 2								
	Тема 7. Електронні платіжні системи та їх захист.							
9	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	4	2	2	Лекція, показ відеофільму, обговорення	[1] стор.105-113 [2] стор.60-61	4. Історія виникнення пластикових карт [1] стор.107-108	
10	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	4	2	2	Лекція, бесіда. розповідь.	[1] стор.113-123 [2] стор.61-66	4.Порівняльна характеристика різних платіжних інструментів в е-комерції [1] стор.118-119	Усне опитування
11	Практична робота №3 Електронні платіжні системи в Україні	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР
	Тема 8. Організація та управління Інтернет-магазином.							
12	Тема 8.1. Принципи організації та управління Інтернет-магазином 1.Зміст діяльності Інтернет-магазину 2. Особливості функціонування Інтернет-магазинів і їх види	2	2		Лекція, бесіда	[1] стор.130-140 [2] стор.31-37 [3] стор.66-72		Усне опитування

	3.Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах							
13	Тема 8.2. Складові успіху Інтернет-магазинів 1.Електронні моли як перспективна форма е-комерції 2.Складові успіху сучасних Інтернет-магазинів	2	2		Лекція, розповідь, пояснення	[1] стор.141-235 [2] стор.38-39		
14	Практична робота №4 Аналіз та оцінка роботи інтернет-магазинів	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР
		4		4			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 [1] стор.225-235	
15	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	6	2	4	Лекція	[1] стор.157-162 [2] стор.42-45	4.Забезпечуючі служби діяльності Інтернет-аукціону. 5.Характеристика складових інфраструктури Інтернет-аукціону. [2] стор.45-47	
16	Практична робота №5 Аналіз діяльності Інтернет-аукціонів	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР

17	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	4	2	2	Лекція, пояснення , бесіда	[1] стор.168-173 [2] стор.50-55	4.Інтернет-представництва бізнес-структур [1] стор.173-175 [2] стор.56-57	Тестування
Модуль 3								
18	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	4	2	2	Лекція, бесіда	[1] стор.180-190	5.Сучасні тренди е-комерції [1] стор.190-199	
19	Тема 12. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу 1.Сутність та інструменти Інтернет-маркетингу 2. Вплив Інтернет-маркетингу на бізнес, його переваги та обмеження 3. Стратегії Інтернет-маркетингу 4. Основні тренди Інтернет-маркетингу в Україні	6	2	4	Лекція, пояснення , бесіда	[1] стор.270-282 [2] стор.82-89 [3] стор. 90-102	5 Структура маркетингових комунікацій в соціальних медіа 6. Цифровий маркетинг та його комунікаційні технології [1] стор.291-301	Фронтальне опитування
20	Практична робота №6 Створення банерної реклами з допомогою Animated GIF Maker	2	2		Практичне заняття	[1] стор.270-282 [2] стор.82-89		Захист ПР
21	Практична робота № 7 Оцінка ефективності здійснення маркетингової діяльності	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР

22	Тема 13. Тактичні прийоми е-комерції 1. Стимулювання збуту в е-комерції 2. Напрямки зв'язків з громадськістю в е-комерції	4	2	2	Лекція	[1] стор.204-210	3.Комплекс функцій, які вирішують завдання PR в е-комерції [1] стор.210	
23	Семінарське заняття № 2 Брендинг в е-комерції в Україні та світі 1 2. Особливості інтернет-бренду 3. Тенденції та перспективи розвитку брендингу в Україні	2	2		Семінарське заняття	[1] стор. 210-218		Захист доповіді
24	Тема 14. Стан та перспективи розвитку е-комерції в Україні та світі 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.	4	2	2	Лекція, бесіда	[1] стор.308-310 [4] стор.138-144	4.Важливі цифри розвитку е-комерції [1] стор. 317-336	Тестові завдання
25	Практична робота № 8 Аналіз бізнес-моделей успішних компаній	2	2		Практичне заняття	Інструкційна картка		Захист ПР
	Всього	90	50	40				

Рекомендована література

Основна

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 перспективи сучасності / І.О. Жувагіна, Л.М. Філіпішина // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 359-362.

Інформаційні ресурси

1. Краус К.М., Краус Н.М., Андрусак 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 <https://www.ukrstat.gov.ua/>