МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИЙ
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ І МАРКЕТИНГУ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан економічного факультету
ФАКУЛЬТЕТ Гельман В.М.
(підпис) (ініціали та прізвище)
«___» вересня 2023

ЕЛЕКТРОНА КОМЕРЦІЯ
(назва навчальної дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалаврів
(назва освітнього ступеня)
очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти
спеціальності 075 - Маркетинг
(шифр, назва спеціальності)

освітньо-професійна програма 075 - Маркетинг
(назва)

Укладач: д.е.н. професор Іванов М.М.
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління персоналом і маркетингу

Протокол № 1 від "28" серпня 2023 р.
Завідувач кафедри управління персоналом і маркетингу
(М.М Іванов)

Ухвалено науково-методичною радою
економічного факультету

Протокол № 1 від "28" серпня 2023 р.
Голова науково-методичної ради
економічного факультету
(Н.О. Дугієнко)

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми 075
– Маркетинг рівня освіти бакалавр
(Н.В. Терент'єва)

2023 рік

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><th>1</th><th>2</th><th colspan="2">3</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, освітня програма
рівень вищої освіти</td><td rowspan="2">Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>очна (денна) форма здобуття освіти</td><td>заочна (дистанційна) форма здобуття освіти</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Галузь знань
07-Управління та адміністрування</td><td rowspan="2">Кількість кредитів – 4</td><td colspan="2">Дисципліна вільного вибору студента</td></tr>
<tr><td colspan="2">Цикл дисциплін
Цикл професійної підготовки спеціальності</td></tr>
<tr><td>Спеціальність
075-Маркетинг</td><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 120</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td>6 -й</td><td>-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Освітньо-професійна програма
Маркетинг</td><td rowspan="3">Змістових модулів – 6</td><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>20 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Рівень вищої освіти:
бакалаврський</td><td rowspan="4">Кількість поточних контрольних заходів – 12</td><td>20 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>80 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид підсумкового семестрового контролю:
залік</td></tr>
</table>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою – є засвоєння майбутніми фахівцями теоретичних та практичних навичок, а також сформування знань щодо методологічних аспектів електронної комерції та її пріоритетів у сучасних умовах четвертої промислової революції (цифрової економіці). Вивчення основних понять та сформувати знання про теоретичні та прикладні аспекти електронної комерції, навчити студентів використовувати на практиці методи і прийоми електронної комерції, які необхідні в майбутній професійній діяльності.

Мета курсу – є надати студентам глибокі знання в сфері електронної комерції з метою. використання їх в практичній діяльності та дати практичні навички щодо використання електронної комерції у діяльності економічних об’єктів та їх майбутньої професійної діяльності.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Електрона комерція» є набуття студентами теоретичних і практичних знань щодо сучасного розуміння розвитку та застосування інформаційних технологій в маркетингу. Здатність студентів використовувати сучасні інформаційні технології в маркетингу, що визначають розвиток підприємств Україні і суб’єктів господарювання в цілому.

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
1	2
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3.).	Виконання лабораторної роботи 1, розв'язки задачі та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. Опитування.
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9).	Виконання лабораторної роботи 2, розв'язки задачі та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. Опитування.
Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (СК10)	Виконання лабораторної роботи 3, розв'язки задачі та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. Опитування.
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК3).	Виконання лабораторної роботи 4, розв'язки задачі та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. Опитування.
Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (ПРН 7).	Виконання лабораторної роботи 5, розв'язки задачі та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. Опитування.
Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПРН 8).	Виконання лабораторної роботи 6, розв'язки задачі та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. Опитування.

Міждисциплінарні зв'язки.

Дисципліна тісно пов'язана з курсами: «Маркетинг», «Інформаційні технології в маркетингу», Цифровий маркетинг» та ««Управління проектами в маркетинговій діяльності», у межах якої студенти оволодівають технологіями та

методами які використовується для вирішення задач побудови моделей та організації Інтернет – бізнесу.

Набуті студентами знання і навички будуть необхідні студентам для формування фахівця з маркетингу.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Розвиток інформаційної економіки в умовах побудови інформаційного суспільства.

Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура, місце та роль цифрових технологій в умовах побудови інформаційного суспільства.

Теоретичні і практичні аспекти становлення і розвитку цифрової економіки.

Змістовий модуль 2. Переваги і недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції.

Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції.

Недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції.

Змістовий модуль 3. Моделі електронної комерції і види електронного бізнесу.

Моделі електронної комерції: Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкинг), Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдінг, Електронні аукціони та інші.

Змістовий модуль 4. Електронна комерція як складова електронного бізнесу

Електронна комерція як складова електронного бізнесу.

Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією.

Змістовий модуль 5. Системи електронної комерції у цифровій економіці.

Інформаційне забезпечення вирішення задач цифрового маркетингу. Інформаційні потреби маркетингової інформації на підприємстві. Основні процеси функціонування електронної торгівлі у секторі B2B: Система управління закупівлями (e-procurement), Система повного циклу супроводу постачальників (SCM-система), Система повного циклу супроводу користувачів (CRM-система), Віртуальні підприємства.

Змістовий модуль 6. Системи електронної комерції у глобальній мережі Інтернет (B2C)

Електронні торгівельні майданчики. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини.

Перспективи розвитку електронної комерції.

4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекційні заняття, год		Семінарські/ Практичні /Лабораторні заняття, год				Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
			о/д ф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.			
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
1	15		3		3		9		1	6	7
2	15		3		3		9		1	6	7
3	15		3		3		7		11	5	16

4	15		3		3		7		1	6	7
5	15		4		4		7		1	6	7
6	15		4		4		7		10	5	16
Усього за змістові модулі	90		20		20		68				60
Підсумковий семестровий контроль **екзамен**	30										40
Загалом	**120**								**100**		

5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	2	3	4
1	2	3	4
1	Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура, місце та роль цифрових технологій в умовах побудови інформаційного суспільства..	1	
	Теоретичні і практичні аспекти становлення і розвитку цифрової економіки.	1	
2	Переваги функціонування електронного бізнесу та електронної комерції.	2	
	Недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції..	2	
3	Моделі електронної комерції: Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкинг), Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдінг, Електронні аукціони та інші..	2	
4	Електронна комерція як складова електронного бізнесу.	2	
	Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією.	2	
5	Інформаційне забезпечення вирішення задач цифрового маркетингу. Інформаційні потреби маркетингової інформації на підприємстві..	2	
	Основні процеси функціонування електронної торгівлі у секторі B2B: Система управління закупівлями (e-procurement), Система повного циклу супроводу постачальників (SCM-система), Система повного циклу супроводу користувачів (CRM-система), Віртуальні підприємства.	2	
6	Електронні торгівельні майданчики. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини.	2	
	Перспективи розвитку електронної комерції.	2	
Разом		20	…

6. Теми лабораторних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	2	3	4
1	Побудова Web-сторінок.	2	
2	Створення простих html-документів	2	
3	Створіть нової сторінки, що містить посилання на вже створені раніше документ	4	

4	Побудувати сторінку з таблицею товарів.	4	
5	Створення сторінки з графічними елементами	4	
6	Створення власної Web сторінки	4	
Разом		20	

7. Види і зміст поточних контрольних заходів *

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання**	Усього балів
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Теоретичне завдання: Усне опитування	Питання для підготовки: Теоретичні питання за темами 1, 2. Змістовного модуля 1	Усне опитування за ЗМ 1 оцінюється максимально в 1 бал	**1**
	Практичне завдання: Лабораторне заняття 1	Вимоги до виконання та оформлення: надання розв'язку задачі в Excel та обґрунтування висновків за результатами виконаної практичної роботи (Методичні вказівки - Moodle)	Представлення результатів виконаної лабораторної роботи та опитування оцінюється максимально в 6 балів.	**6**
Усього за ЗМ 1 контр. заходів	**2**			**7**
2	Теоретичне завдання: Усне опитування	Питання для підготовки: Теоретичні питання за темами 3, 4. (Розділ 3. Програма навчальної дисципліни)	Усне опитування за ЗМ 2 оцінюється максимально в 1 бал	**1**
	Практичне завдання: Лабораторне заняття 2	Вимоги до виконання та оформлення: надання розв'язку задачі в Excel та обґрунтування висновків за результатами ABC- та XYZ-аналізу виконаної лабораторної роботи відповідно (Методичні вказівки - Moodle)	Представлення результатів виконаної лабораторної роботи та опитування оцінюється максимально в 6 балів.	**6**
Усього за ЗМ 2 контр. заходів	**2**			**7**
3	Теоретичне завдання: Усне опитування	Питання для підготовки: Теоретичні питання за темами 5, 6. (Розділ 3. Програма навчальної дисципліни)	Усне опитування за ЗМ 3 оцінюється максимально в 1 бал. Тестування за змістовими	**11**

			модулями 1-3 оцінюється максимально в 10 балів.	
	Практичне завдання: Лабораторне заняття 3	Вимоги до виконання та оформлення: надання побудованої матриці BCG із застосуванням функцій Excel та надати висновки за результатами виконаної лабораторної роботи. (Методичні вказівки-Moodle)	Представлення результатів виконаної лабораторної роботи та опитування оцінюється максимально в 6 балів.	**5**
Усього за ЗМ 3 контр. заходів	**2**			**16**
4	Теоретичне завдання: Усне опитування	Питання для підготовки: Теоретичні питання за темами 7, 8. (Розділ 3. Програма навчальної дисципліни)	Усне опитування за ЗМ 4 оцінюється максимально в 1 бал	**1**
	Практичне завдання: Лабораторне заняття 4	Вимоги до виконання та оформлення: надання розв'язку задачі прогнозування в Excel та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. (Методичні вказівки - Moodle)	Представлення результатів виконаної лабораторної роботи та опитування оцінюється максимально в 6 балів.	**6**
Усього за ЗМ 4 контр. заходів	**2**			**7**
5	Теоретичне завдання: Усне опитування	Питання для підготовки: Теоретичні питання за темами 9, 10. (Розділ 3. Програма навчальної дисципліни)	Усне опитування за ЗМ 5 оцінюється максимально в 1 бал	**1**
	Практичне завдання: Лабораторне заняття 5	Вимоги до виконання та оформлення: надання сценарію прийняття рішень в Excel та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. (Методичні вказівки - Moodle)	Представлення результатів виконаної лабораторної роботи та опитування оцінюється максимально в 6 балів.	**6**
Усього за ЗМ 5 контр. заходів	**2**			**7**

6 **1**	Теоретичне завдання: Усне опитування	Питання для підготовки: Теоретичні питання за темами 11, 12, 13. (Розділ 3. Програма навчальної дисципліни)	Усне опитування за ЗМ 6 оцінюється максимально в 1 бал. Тестування за змістовими модулями 4-6 оцінюється максимально в 10 балів.	**11**
	Практичне завдання: Лабораторне заняття 6	Вимоги до виконання та оформлення: надання створеної систему CRM та обґрунтування висновків за результатами виконаної лабораторної роботи. (Методичні вказівки - Moodle)	Представлення результатів виконаної лабораторної роботи та опитування оцінюється максимально в 4 бали.	**5**
Усього за ЗМ 6 контр. заходів	**2**			**16**
Усього за змістові модулі контр. заходів	**12**			**60**

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Залік	Теоретичне завдання	Питання для підготовки: за змістовними модулями 1-6.	Усне опитування оцінюється максимально в 20 балів	**20**
	Практичне завдання	Розв'язку задачі в Excel та обґрунтування висновків за результатами виконаного завдання	Представлення результатів практичного завдання та опитування оцінюється максимально в 20 балів.	**20**
Усього за підсумковий семестровий контроль				**40**

9. Рекомендована література

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: : навч. посіб. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с

2. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: : навч. посіб. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
3. • Шалева О. І. Електронна комерція. : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
4. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу : навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс, 2018. 208с.
6. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. Київ: Агенство «Іріо», 2018. 160 с.
7. Іванов М.М. Розвиток маркетингових систем у сучасній цифровій економіці. Цифрова економіка: зб. мат. Національної наук.-метод. конф., 4–5 жовтня 2018 р. Київ, Київ, 2018. С. 141-143.
8. Іванов М.М. Модель системи цифрового маркетингу з використанням хмарних технологій. *Моделювання та інформаційні системи в економіці.* Київ: КНЕУ 2018. № 96. С. 24-36.

Додаткова:
9. Ivanov M. M., Terentieva N. V. Methodology of building marketing systems. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic Sciences*. No. 2 (46), 2020. P. 116-121.
10. Ivanov M. Cloud-based Digital Marketing. *CEUR Workshop Proceedings* 2422. 2019. P. 395-404 (Scopus)

Інформаційні ресурси:
11. Іванов М.М. Електронна комерція. URL: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11362
12. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL : http://nbuv.gov.ua.