

Білоцерківський національний аграрний університет

Економічний факультет

Кафедра інформаційних технологій, вищої математики та фізики

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ» Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 кредити / 120 годин
Семестр	7
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
Профайл викладачів	Трофимчук Михайло Іванович Посада: доцент кафедри інформаційних технологій, вищої математики та фізики Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус № 4 (пл. Соборна, 8/1), 98 ауд. (кафедра інформаційних технологій, вищої математики та фізики). E-mail: trofimch@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем: відповідно до графіка консультацій
	
Опис дисципліни	«Електронна комерція» займає важливе місце в схемі вивчення технологій продаж товарів або послуг через Інтернет. Вона охоплює широкий спектр діяльності, від створення веб-сайтів та онлайн-магазинів до маркетингу, обробки платежів та доставки товарів. Дисципліна знайомить студентів з методами електронної комерції, які дозволяють підприємцям розширити свій бізнес та охопити більшу аудиторію, а споживачам – зручно купувати товари та послуги з будь-якого місця.
Передумови для вивчення дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна «Електронна комерція» базується на знаннях таких дисциплін як: «Інформаційні системи і технології», «Маркетинг», «Логістика», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Діджитал-маркетинг».
Мета вивчення дисципліни	Метою вивчення дисципліни «Електронна комерція» є набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, управління та розвитку комерційної діяльності в цифровому середовищі. Дисципліна готує студентів до успішного ведення

	бізнесу в цифровому середовищі, допомагаючи їм освоїти сучасні технології та адаптуватися до стрімких змін у сфері e-commerce.
Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дуальна форма навчання, дистанційна тощо) можуть використані платформи Moodle, відеоконференції ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.
Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p>
Очікувані результати навчання	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p>

<p>Структура курсу</p>	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції та організація продажу товарів через Інтернет</i></p> <p>Тема 1.1. Поняття та значення електронної комерції. Визначення електронної комерції, її роль та значення. Види електронної комерції (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G, G2C). Тенденції розвитку електронної комерції у світі та в Україні</p> <p>Тема 1.2. Інтернет-магазини: створення та функціонування. Види інтернет-магазинів. Процес створення інтернет-магазину: вибір платформи, розробка сайту, інтеграція платіжних систем. UX/UI-дизайн, оптимізація для мобільних пристроїв. Управління асортиментом та ціноутворення</p> <p>Тема 1.3. Інтернет-аукціони та електронні торговельні майданчики. Принципи роботи та типи інтернет-аукціонів. Популярні платформи аукціонів. Електронні торговельні майданчики. Порівняльний аналіз майданчиків та вибір оптимального варіанту</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Організаційно-методичні основи електронної комерції</i></p> <p>Тема 2.1. Платіжні системи в електронній комерції. Види платіжних систем: PayPal, Stripe, LiqPay, Monobank, криптовалюти. Безпека онлайн-платежів: SSL, 3D Secure, KYC, AML. Стан та перспективи розвитку платіжних систем в Україні</p> <p>Тема 2.2. Організація надання послуг в електронній комерції. Логістика в електронній комерції: Fulfillment, дропшипінг, поштові сервіси. CRM-системи та автоматизація продажів. Клієнтський сервіс та підтримка</p> <p>Тема 2.3. Електронний маркетинг. SEO, SMM, контент-маркетинг, email-маркетинг. PPC-реклама (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads). Аналіз ефективності маркетингових кампаній</p> <p>Тема 2.4. Правове регулювання електронної комерції. Законодавча база електронної комерції в Україні та світі. Регулювання захисту персональних даних (GDPR, Закон України «Про захист персональних даних»). Юридичні аспекти ведення онлайн-бізнесу</p> <p>Тема 2.5. Ефективність електронної комерції. Метрики та KPI (конверсія, ROI, CAC, LTV). Аналітика продажів, A/B тестування. Вплив технологій (Big Data, AI, Blockchain) на ефективність бізнесу</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Під час практичних занять використовуються: робота в малих групах, презентації, конференції, методи проектної роботи. При написанні індивідуально-дослідної роботи а також при виконанні самостійної роботи використовується дослідницький метод.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи здобувачів будуть оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача (списування, відсутність посилань на</p>

	<p>використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що здобувачі відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: здобувачі мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Moodle Білоцерківського НАУ.</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p>Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник – Київ: Аграр Медіа груп, 2021. 456с. 2. Чмир І.О. Електронна комерція: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2021. 148 с.) ISBN 978-966-186-148-9. 149 с.