

**КОЛЕДЖ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
«КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН»
ФАХОВИЙ МОЛОДШИЙ БАКАЛАВР
Циклова комісія з маркетингу та менеджменту**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор коледжу

О.В.Ланіна

«29» серпня 2022 року

НАВЧАЛЬНА РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліни професійної підготовки

"Електронна комерція"

(назва навчальної дисципліни)

шифр	назва спеціальності
075	Маркетинг

Розробник(и):

Кулік А.В., к.е.н., доцент

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, звання)

(підпис)

(прізвище та ініціали, науковий ступінь, звання)

(підпис)

Робоча програма затверджена на засіданні циклової комісії
протокол № 1 від "29" серпня 2022 року

Голова

(підпис)

Зіміна А.І.

(прізвище та ініціали)

Гарант ОПП 075 Маркетинг

(підпис)

Бородіна О.М.

(прізвище та ініціали)

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом навчальної дисципліни є методологічні й методичні інструменти побудови та дослідження систем електронної комерції для підвищення ефективності функціонування економічних систем в сучасних умовах розвитку ринкового середовища.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція» є опанування студентами сукупності теоретичних і практичних знань щодо виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

Основними завданнями дисципліни є вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, методів захисту інформації; набуття вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні

а) знати

- поняття «електронного бізнесу» і «електронної комерції»;
- особливості бізнес-моделей електронної комерції;
- платіжні та фінансові системи Інтернету;
- класифікацію і загальні характеристики електронних систем взаєморозрахунків;
- українські системи електронних платежів;
- методології та технології реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет;
- особливості і переваги Інтернет-меркетингу;
- елементи електронного ринку;
- особливості віртуальних підприємств;
- тактичні прийоми електронної комерції;
- перспективи розвитку електронної комерції;

б) уміти

- використовувати сучасні мережні інформаційні продукти;
- здійснювати організацію зв'язків підприємства у мережі;
- застосовувати методи ціноутворення в електронній комерції;
- здійснювати побудову нейронних мереж різної структури і складності;
- розробляти рекламні кампанії в мережі;
- розробляти концептуальні положення з організації віртуального представництва підприємства у мережі;
- проводити детальний аналіз витрат на розробку віртуального представництва підприємства;
- обґрунтувати доцільність розробки проекту на підставі оцінки та аналізу прибутковості та економічного ефекту від проекту;
- використовувати платіжні системи для розрахунків через Інтернет;
- створювати багатофункціональні Web-сайти для здійснення комерційної діяльності в мережі Інтернет;

– виконувати ділові операції та угоди з використанням сучасних електронних засобів та прикладних програм побудови систем комерційної діяльності в мережі Інтернет.

Вивчення електронної комерції сприятиме формуванню в майбутніх фахівців економічного профілю цілісної системи знань про електронну комерцію як складову електронного бізнесу, здобуттю практичних навичок із здійснення ділових операцій електронними засобами глобальної комп'ютерної мережі Internet.

Компетенції студентів, що формуються в результаті засвоєння дисципліни

Код	Зміст	Результати навчання
Спеціальні (фахові) компетентності. Загально-професійні		
СК1	Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу	<p>РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.</p> <p>РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.</p> <p>РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.</p> <p>РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані</p>
СК6	Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.	
СК7	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.	
СК8	Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.	

СК10	Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу	<p>програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.</p> <p>РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.</p>
------	--	---

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Суть та зміст електронної комерції

Суть і зміст електронної комерції. Основні категорії та класи електронної комерції. Переваги та характерні риси електронної комерції. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. Учасники електронного ринку. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні і в світі. Тенденції розвитку електронної комерції.

Тема 2. Системи і форми електронної комерції

Електронна комерція як форма ведення бізнесу. Складові електронної комерції. Моделі електронної комерції. Системи електронної комерції. Форми електронної комерції.

Тема 3. Організація і технологія роботи internet-магазину

Поняття Internet-магазину та особливості його функціонування. Класифікація Internet-магазинів. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Характеристика методів розрахунку за придбаний товар. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині. Електронні моли як перспективна форма Internet-торгівлі.

Маркетинг і реклама в мережі Internet.

Тема 4. Організація продажу товарів через internet-аукціони

Суть і особливості віртуальних аукціонів. Типи аукціонів і продажів на Internet-аукціонах. Організаційне забезпечення Internet-аукціонів. Організація роботи віртуального аукціону.

Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики

Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Види і структура електронних торговельних майданчиків. Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики. Горизонтальні (багатогалузеві) торгові майданчики. Internet - представництва бізнес-структур.

Тема 6. Організація надання послуг в електронній комерції

Особливості надання послуг в мережі Internet. Internet-трейдинг як специфічний вид услуг. Організація надання банківських послуг через Internet. Електронні страхові послуги. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг. Туристичні послуги в мережі Internet.

Тема 7. Електронні платіжні системи

Поняття електронних платіжних систем і вимоги до них. Особливості кредитних Internet-систем. Дебетові Internet - системи та їх специфічні платіжні засоби. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet.

Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет.

Тема 8. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції

Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Методи визначення ефективності електронної комерції. Напрямки оцінки ефективності електронної комерції.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми	Кількість годин			
	Усього годин/ кредитів	З них		
		лекції	практичні заняття/МК	СРС
Тема 1. Суть та зміст електронної комерції	8	2	2	4
Тема 2. Системи і форми електронної комерції	10	2	2	6
Тема 3. Організація і технологія роботи internet-магазину	8	2	4	6
Тема 4. Організація продажу товарів через internet-аукціони	10	2	2	6
Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики	8	4	4	6
Тема 6. Організація надання послуг в електронній комерції	8	2	2	6
Тема 7. Електронні платіжні системи	8	2	4	6
Тема 8. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції	8	4	4	6
Разом	90/3	20	24	46

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література:

1. Береза А.М. Електронна комерція. Навч. посібник / А.М. Береза, І.А. Казак, Шевченко Ф.А. та ін. – К.: КНЕУ, 2002. – 326 с.
2. Макарова М. В. Електронна комерція: посіб. для студ. ВНЗ / М. В. Макарова – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 272 с.
3. Меджибовська Н.С. Електронна комерція / Н.С. Меджибовська. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.
4. Плєскач В.Л. Електронна комерція: підручник / В.Л. Плєскач, Т.Г. Затонацька.– К.: Знання, 2007. – 535 с.
5. Пономаренко Л.А. Електронна комерція: підручник / Л. А. Пономаренко, В. О. Філатов ; Мін-во освіти і науки України, Київський нац. торговельно-економ. ун-т. - К.: Київський нац. торг.- економ. ун-т, 2002. - 443 с.
6. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навч. посібник / Т.М. Тардаскіна, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
7. Шалева О.І. Електронна комерція: Навч. посібник / О.І. Шалева. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 209 с.

Додаткова література:

8. Журавльова І.В. Інформаційні системи міжнародного бізнесу: навч. Посіб / Журавльова І.В., Р.М. Чен. – Х.:ХНЕУ,2006 . - 450 с.
9. Лазарева С. Ф. / Економіка та організація інформаційного бізнесу: Навч. посібник / С. Ф. Лазарева. — К.: КНЕУ, 2002. — 667 с.
10. Маєвська А.А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посібник / А. А. Маєвська. – Х. : 2010. – 256 с.
11. Положення про електронні гроші в Україні : Постанова № 481 Правління Національного банку України від 04.11.2010 р.
12. Про електронний цифровий підпис : Закон України № 852 - IV від 22.05.2003 р.
13. Про електронні документи і електронний документообіг: Закон України № 851 - IV. від 22.05.2003 р.
14. Про електронну комерцію: Закон України № 675-VIII від 3 вересня 2015 р.
15. Про платіжні системи і переказ коштів в Україні: Закон України № 2346 – III від 05.04.2001 р.
16. Пушкар О.І., Віртуальні підприємства та електронний бізнес: конспект лекцій / О.І. Пушкар, Є.М. Грабовський. – Х.:ХНЕУ,2008. - 47 с.
17. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.