МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

вибіркового освітнього компонента

МЕНЕДЖМЕНТ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

галузі знань 07 Управління та адміністрування

спеціальності 073 Менеджмент

освітньо-наукової програми Менеджмент організацій та видів діяльності

Луцьк – 2024

Силабус вибіркового освітнього компонента «МЕНЕДЖМЕНТ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ» підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 073 Менеджмент, за освітньо-науковою програмою Менеджмент організацій та видів діяльності.

Розробник: Рейкін В. С., професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор

Силабус погоджено

Гарант ОНП Менеджмент організацій
та видів діяльності: Олеся ТОЦЬКА

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри маркетингу
протокол № 1 від 11.09.2024 р.

Завідувач кафедри Тетяна САК

© Рейкін В. С., 2024 р.

І. Опис освітнього компонента

<table>
<tr><th>Найменування показників</th><th>Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь</th><th>Характеристика освітнього компонента</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Очна (денна) форма навчання</td><td rowspan="8">07 Управління та адміністрування

073 Менеджмент

Менеджмент організацій та видів діяльності

Третій (освітньо-науковий)</td><td>Вибірковий</td></tr>
<tr><td>Рік навчання 2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість годин / кредитів 120/4</td><td>Семестр 4-ий</td></tr>
<tr><td>Лекції 10 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="3">ІНДЗ: КПІЗ.</td><td>Практичні (семінарські) 14 год.</td></tr>
<tr><td>Самостійна робота 88 год.</td></tr>
<tr><td>Консультації 8 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Мова навчання</td><td>Українська</td></tr>
</table>

ІІ. Інформація про викладача

Рейкін Віталій Самсонович
Науковий ступінь – доктор економічних наук,
Вчене звання – професор,
Посада – професор кафедри маркетингу
Контактна інформація викладача:
Телефон: 0509262369
Електронна пошта: Reikin.Vitaliy@vnu.edu.ua
Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 28, корпус G ВНУ імені Лесі Українки
Дні занять розміщено на: http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700

ІІІ. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Менеджмент електронної комерції» належить до вибіркових, спрямований на формування в майбутніх фахівців управлінського 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.

Електронна комерція як навчальна дисципліна є невід'ємною складовою сучасної бізнес-освіти. Її місце на перетині традиційних бізнес-дисциплін (менеджменту, маркетингу, логістики, основ фінансів, обліку, комерційної діяльності тощо) та інформаційних предметів (інформатики, комп'ютерних мереж і систем, систем управління базами даних, Web-програмування та ін.).

2. Пререквізити і постреквізити освітнього компонента

Пререквізити: управлінська діагностика, філософія та методологія науки, сучасні інформаційні технології в науковій та викладацькій діяльності.

Постреквізити: педагогічна практика.

3. Мета і завдання освітнього компонента

Мета вивчення освітнього компонента – формування системи теоретичних і прикладних знань щодо базових основ функціонування Internet; основних напрямів розвитку електронної комерції і способів її ведення; механізмів підтримки як електронної комерції, так і електронного бізнесу загалом; практичних аспектів роботи вітчизняних систем електронної комерції і перспектив їх розвитку.

Основними **завданнями** освітнього компонента є:

– аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію в галузі електронної комерції;

– обґрунтовувати прогностичні оцінки;

– здійснювати закупівлі в Internet з використанням різнотипних електронних платіжних систем;

– мати уявлення про: влаштування і принципи функціонування віртуальних крамниць; системи безпеки, які використовуються при розрахунках через глобальну мережу; віртуальні підприємства і віртуальні продукти; використання можливостей Intranet для корпоративного бізнесу.

Методи навчання: словесний (лекція, бесіда); наочний (демонстрація, ілюстрація), інтерактивний (дискусія, кейс), проблемно-пошуковий (тези).

4. Результати навчання (компетентності)

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Фахові компетентності:

СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у менеджменті і дотичних до нього міждисциплінарних напрямах.

СК06. Здатність до критичного аналізу управлінських концептуальних підходів, вирішення науково-прикладних завдань адміністрування економічними системами підприємств та організацій.

Програмні результати навчання:

РН06. Планувати і виконувати наукові і прикладні дослідження з менеджменту та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми; складати пропозиції щодо фінансування досліджень та/або проєктів.

5. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контро-лю / Бали
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади електронної комерції						
Тема 1. Іноформаційний менеджмент в умовах глобалізації	15	2	2	10	1	ФО (5), Т (5) / 10
Тема 2. Основні поняття електронної комерції	14	1	2	10	1	ФО (5), Т (5) / 10
Тема 3. Види електронного бізнесу	14	1	2	10	1	ФО (3), Т (3), ТЕ (4) /10
Тема 4. Електронна комерція як складова бізнесу	13	1	1	10	1	ФО (3), ТЕ (3), Е (4) / 10
Тема 5. Правові засади менеджменту електронної комерції	10	1	1	8	-	ФО (3), Т (3), К (4) / 10
Разом за модулем 1	66	6	8	48	4	50
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти електронної комерції						
Тема 6. Електронна комерція в корпоративному секторі	8	1	1	5	1	ФО (4), Т (3) / 7
Тема 7. Електронна комерція у споживчому секторі	8	1	1	5	1	ФО (4), Т (3) / 7
Тема 8. Електронні платіжні системи	8	1	1	5	1	Д (4), Е (4) / 8
Тема 9. Показники ефективності в електронній комерції	8	1	1	5	1	ФО (4), Д (4) / 8
Тема 10. Презентація КПІЗ.	22	-	2	20	-	20
Разом за модулем 2	54	4	6	40	4	50
Всього годин / Балів	120	10	14	88	8	100

Форма контролю: поточне оцінювання (фронтальне опитування (ФО), тести (Т), написання тез (ТЕ), написання есе (Е), дискусія (Д), розгляд кейсів (К), підсумковий контроль у формі заліку.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувачів передбачає: підготовку до практичних занять, опрацювання рекомендованої наукової літератури, написання тез доповідей, написання есе, підготовку до заліку. Завдання самостійної роботи студентів вважаються виконаними, якщо вони: здані у визначені терміни та повністю виконані (розкривають тему завдання); не мають логічних і розрахункових помилок. Прийом і консультування щодо виконання завдань самостійної роботи здобувачів проводяться викладачем згідно встановленого графіку.

Комплексне практичне індивідуальне завдання (КПІЗ): розробити бізнес-проект у сфері електронної комерції та представити управлінські підходи щодо його практичної реалізації.

IV. Політика освітнього компонента

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (http://surl.li/qbxvmw).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (http://surl.li/jntduw) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (http://surl.li/aagxg).

Політика щодо дедлайнів і перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; подачу проєктних заявок на участь в програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (http://surl.li/ukitbu).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді письмового тестування. Тестові запитання складено відповідно до структури курсу. Містять 50 запитань з однією правильною відповіддю. Кожне запитання оцінюється у 2 бали. Максимальна оцінка 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань на залік

1. Теоретичне обгрунтування сутності поняття «електронна комерція».

2. Українська реальність та перспективи інформаційної економіки в глобальному контексті.
3. Управлінська привабливість Інтернет-бізнесу.
4. Особливості конкуренції на Інтернет-ринку.
5. Перехід бізнес-процесів до Інтернет-простору.
6. Бізнес в Інтернеті: від простого веб-сайту до інформаційного порталу.
7. Організація бізнесу в Інтернеті, секрети успіху.
8. Технологія розробки Інтернет-проектів.
9. Проблеми впровадження Інтернет-проектів.
10. Сутність та зміст електронного бізнесу.
11. Історія виникнення електронного бізнесу.
12. Еволюція бізнесу в Інтернеті.
13. Правові аспекти бізнесу в Інтернеті.
14. Електронній бізнес та державні структури.
15. Електронна комерція як основа електронного бізнесу.
16. Сутність та зміст електронної комерції.
17. Віртуальна організація як нова форма організації бізнесу.
18. Торгівля товарами та послугами через віртуальний магазин.
19. Технологія торгівлі у віртуальному магазині.
20. Правова основа електронної комерції.
21. Сучасній стан та перспективи розвитку електронного урядування.
22. Системи електронних переказів в Інтернеті.
23. Банківські послуги шляхом Інтернета.
24. Класифікація видів Інтернет-послуг.
25. Дистанційне навчання як вид електронного бізнесу.
26. Дропшипінг – як складова електронної комерції.
27. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні.
28. Вплив електронного бізнесу на життя суспільства.
29. Подібність та відмінність традиційного та віртуального магазинів.

VI. Шкала оцінювання

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді заліку здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну оцінку.

Оцінка в балах	**Лінгвістична оцінка**
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60–100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені силабусом, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

1–59 балів (незараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силабусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Сак Т.В. Електронна комерція та глобальне підприємництво: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 113 с.

2. Дражниця С.А. Електронна комерція: навч. посіб. Новий світ2000. 2021. 184 с.

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

4. Електронні сервіси в господарській діяльності: навч. посіб. / В. М. Адам, М. С. Долинська та ін.; за заг. ред. М. С. Долинської. 2-ге вид., перероб. Львів: ЛьвДУВС, 2020. 282 с.

5. Закон України «Про електронний цифровий підпис» № 852-IV від 22 травня 2003 р. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15.

6. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» № 851-IV від 22 травня 2003 р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851- 15.

7. Закон України «Про електронну комерцію» №675-VIII від 3 вересня 20015 р. URL : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19.

8. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с.

9. Плескач В.Л. Технології електронного бізнесу: монографія. Київ: КНТЕУ, 2024. 223 с.

10. Теоретичні та практичні аспекти розвитку Інтернет-економіки: міждисциплінарний навч. посіб. / За ред. Татомир І. Л., Квасній Л. Г. Трускавець: ПОСВІТ, 2021, 386 с.

11. Лялюк А. М., Сак Т. В., Бортнік С. М. Маркетингові ризики торговельних підприємств в умовах цифрової економіки. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2022. №7. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-7-8139.

12. Сак Т. В. Електронна комерція: світові тренди, діагностика, стратегічні орієнтири. *Маркетинг і цифрові технології.* Том 5, № 3. 2021. с. 30-42. URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/146

13. Сак Т. В., Ховхалюк Д. О. Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку. *Маркетинг і цифрові технології.* 2020. Том 4, №3. С. 73-85. URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/112

14. Сак Т. В., Грицюк Н. О. Ринок ритейлу в Україні: тенденції та перспективи розвитку в умовах кризи. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк : Вежа-Друк, 2020. № 2(22). С. 33–42.

15. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.

16. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua

17. Кабінет Міністрів України. URL: http://www.kmu.gov.ua/.

18. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/.