

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ



Ступінь освіти	бакалавр
Освітня програма	051 Економіка 071 Облік і оподаткування 072 Фінанси, банківська справа та страхування 075 Маркетинг
Тривалість викладання	II семестр 2022/2023 н.р
Заняття:	
Лекції	1 години на тиждень
Практичні	2 година на тиждень
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3351>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Електронна комерція»

Інформація про викладача:



Макуха Юрій Михайлович
Старший викладач

Персональна сторінка:
<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/makukha.php>

E-mail:
Makukha.Yu.M@nmu.one

1. Анотація до курсу

«Електронна комерція» - дисципліна, яка надає знань щодо сучасної діяльності будь-якої компанії в електронному просторі. Звичайно, ефективна сучасна діяльність компанії це в значній мірі діяльність на просторі Internet, а також сучасні комерційні електронні інструмент. Знання цих інструментів, напрямки розвитку та навички практичного застосування – успішна діяльність компанії у сучасних умовах боротьби конкурентів на ринку.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – полягає оволодіння базовими знаннями і навиками в області електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використанні інформаційних технологій в електронному бізнесі, застосування сучасних електронних платіжних систем та інше. Формування принципів застосування елементів електронної комерції у маркетинговій діяльності.

Завдання курсу:

- надати базові знання щодо сутності, предмету, завдання та основних принципів електронної комерції
- надати базові знання щодо основних складових та принципів функціонування складових електронної комерції
- навчити володіти основними інструментами оцінки діяльності компанії в Internet
- надати знання щодо основних процесів розробки сайтів

3. Результати навчання:

- знання щодо сутність, предмет, завдання та основні принципи електронної комерції
- знання щодо основні складові та принципи функціонування сайтів
- навички володіння основними інструментами електронної комерції
- навички оцінювати ефективність сайтів
- знання щодо сучасні системи електронної комерції

4. Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

1. Основи електронного бізнесу.

- Різниця між електронним і традиційним бізнесом
- Переваги електронного бізнесу
- Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві

2. Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу

- Історія Інтернету. Електронний ринок
- Комунікаційні характеристики Інтернету
- Перспективи розвитку мережі

3. Системи електронної комерції G2C, G2B, G2G

- Системи G2C
- Системи G2B
- Системи G2G

4. Переваги і недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції

- Веб-сайт як основа бізнесу в Інтернеті
- Крос платформ для ведення електронного бізнесу
- Принципи первісного залучення відвідувачів
- Аналіз роботи та оцінка економічної ефективності

5. Види електронного бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу

- Інтернетбанкінг
- Інтернеттрейдинг
- Електронні аукціони
- Електронні послуги

6. Системи електронної комерції B2C

- Загальна робота системи B2C
- Інтернет-магазин
- Соціальні мережі

7. Системи електронної комерції B2B

- Моделі систем B2B
- Електронний майданчик
- Інтернет-аукціон
- Internet площадки та їх види

8. Електронні платіжні системи

- Поняття платіжної системи в Інтернеті
- Класифікація платіжних систем
- Типи платіжних систем

9. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація.

- Пошукова оптимізація
- Рейтинг сайту
- Індекс цитування

10. Ефективність електронної комерції

- Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів
- Економічні показники ефективності електронної комерції
- Структура загальних витрат Інтернет-проекту

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ .

1. Структура побудови мережі Internet
2. Структури та особливості сайтів типу G2C, G2B, G2G
3. Сайти компаній B2B, структура та особливості
4. Сайти компаній B2C, структура та особливості
5. Крос платформи України та світу
6. Платіжні системи України
7. Пошукова оптимізація сайтів
8. Рейтингування сайтів
9. КПІ при оцінці сайтів
10. Економічна ефективність Internet проектів

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення*

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до інтернету.

Активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи 40 балів (кожна максимально оцінюється у 20 балів та вважається зданою за умови отримання 12 балів), оцінок за роботу та захист практичних (самостійних) завдань (оцінюється 10 занять, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 6 балів). Отримані бали за контрольні роботи, семінарські/практичні заняття та відвідування занять додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Екзамен відбувається у формі письмового іспиту, або на платформі Moodle та корпоративної пошти в Office 365. Екзаменаційний білет є комплексним та складається з теоретичної та практичної частин. Теоретична частина складається з 30 тестових запитань та 2х відкритих питань та практичного завдання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 2 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 10 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Практичне завдання оцінюється у 20 балів. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні / Семінарські заняття	Панельні вправи, де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів). Розв'язання задач. Захист робіт для самостійного виконання. Максимально оцінюються у 60 балів (10 занять×6 балів/заняття).
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 40 балів (2 контрольні роботи×20 балів/контрольна робота).

6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю.

6.3.1. Кожна правильна відповідь на тести поточної лекційної контрольної роботи оцінюється у 1 бал. Оцінка з опанування лекційного матеріалу визначається наступним чином (загальна за дві контрольні роботи):

Сума балів	Результати виконання
	Оцінка
36-40 балів	«відмінно»
30-35 балів	«добре»
25-29 балів	«задовільно»
0-24 бали	«незадовільно»

6.3. 2. Критерії оцінювання *завдань*.

Виконання кожного практичного (самостійного) завдання та усний захист звіту про його виконання оцінюється максимум у 6 балів (повнота виконання, презентація результатів завдання, участь у дискусії):

6 балів: презентація з використання мультимедійних засобів, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), наявність письмового звіту, володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

5 балів: презентація з використання мультимедійних засобів, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

4 бали: усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

3 бали: усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

2 бали: наявність письмового звіту, залученість до дискусії викладачем, неуважність, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

1 бал: наявність письмового звіту, небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

Оцінка за виконання практичних завдань визначається з огляду на суму балів за кожне з них у такий спосіб:

Сума балів	Результати виконання
	Оцінка
54-60 балів	«відмінно»
45-53 балів	«добре»
36-44 бали	«задовільно»
0-35 бали	«незадовільно»

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням «Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка» та Кодексом академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка».

http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Code%20of%20Academic%20Integrity.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Телеграм-каналі.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Рекламний менеджмент» (www.do.nmu.org.ua).

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). Практичні заняття не проводяться повторно, ці оцінки неможливо отримати під час консультації, це саме стосується і колоквіумів. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно - в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.6. Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувача вищої освітим буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети (Microsoft Forms Office 365), які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Електронна комерція».

8. Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються проблемні, інтерактивні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиткові, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання, лекції-дискусії, технології змішаного навчання.

На практичних заняттях застосовуються наступні методи: кейс-метод, методи аналізу, порівняння, ситуаційні завдання, інтерактивні методи, практичні задачі для розв'язання, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів,

На заняттях відбуваються дискусії, перегляд й обговорення відео-матеріалів з урахуванням можливості саморозкриття студентами своїх цілей, переваг і здібностей. Використовуються методи мозкового штурму, обговорення, підсумовуюче письмове завдання, робота в міні-групах.

9. Рекомендовані джерела інформації

Базові

1. Огляд Salesforce CRM. Термінологія, готові рішення та функціонал. Частина 1 (<https://dou.ua/lenta/columns/salesforce-crm-1/>) Частина 2 (<https://dou.ua/forums/topic/34041/>)
2. Salesforce Crm Tutorial What Is Salesforce Crm <https://uk.myservername.com/salesforce-crm-tutorial-what-is-salesforce-crm>
3. Jon Paz, Liz KAO Salesforce.com For Dummies. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2019 – 416.

Допоміжні

1. Раїса Дудник, CRM–стратегія та її місце в управлінні компанією. [Електронний ресурс] – URL: <https://forinsurer.com/public/03/02/17/290>

2. Юрчук Н. П. Crm-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету, Випуск 23, частина 2 • 2019 – 141-147 с.

3. Ганущак-Єфіменко Л.М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки. 2017. № 4. С. 51–56.