

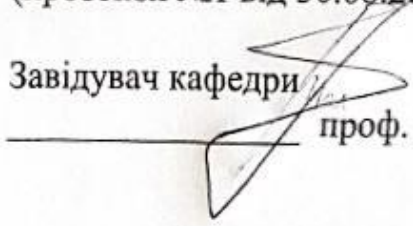
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства**

Затверджено

На засіданні кафедри економіки
підприємства економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол №1 від 30.08.2021р.)

Завідувач кафедри


проф. Михасюк І.Р.

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

**«ТОРГІВЛЯ ONLINE: БІЗНЕС З НУЛЯ»,
що викладається в межах ОПІ першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти для здобувачів всіх спеціальностей (за вибором студента)**

Львів 2021р.

Назва курсу		Торгівля ONLINE: бізнес з нуля
Адреса викладання курсу		Львів, пр.Свободи 18, корпус економічного факультету
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна		Економічний факультет, кафедра економіки підприємства
Галузь знань, шифр та назва спеціальності		Всі спеціальності (загальноуніверситетський курс за вибором студента)
Викладач(-і)		Швець Анжела Ігорівна – доцент кафедри економіки підприємства
Контактна інформація		ел. пошта: Angela.Shvets@lnu.edu.ua тел. (032) 239 40 25
Консультації по курсу		Відповідно до графіку консультацій (кафедра економіки підприємства, пр. Свободи 18/117 або дистанційно по відеозв'язку)
Інформація про курс		Курс «Торгівля ONLINE: бізнес з нуля» є вибірковим, викладається відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх спеціальностей університету в обсязі 3-х кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу		Дисципліна надає теоретичні знання і практичні навички з торгівлі онлайн, заснованої на інформаційних системах, комп'ютерних технологіях та електронних комунікаціях. Студенти здобудуть знання і практичні навички в онлайн-торгівлі на предмет того, як почати бізнес з нуля в Інтернеті, навчатися методикам продажу товарів в соціальних мережах та способам масштабувати онлайн-бізнес.
Мета та цілі курсу		Метою вивчення дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи спеціальних знань та практичних навичок в онлайн-торгівлі, формування професійних компетенцій, необхідних для здійснення даного виду діяльності. Основні завдання: розкрити зміст сутності онлайн-бізнесу; вивчити види та моделі онлайн-бізнесу; набути навичок з визначення сутності та специфіки систем онлайн-комерції у корпоративному та у споживчому секторі.
Література для вивчення дисципліни		Базова література: 1. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2018. – 363 с. 2. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности : электронная коммерция :

		<p>учебн. пособие для СПО / Л. П. Гаврилов. – 2-е изд., доп. – М. : Юрайт, 2018. – 433 с.</p> <p>3. Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции : учеб. пособие / Л. П. Гаврилов. – М. : Инфра-М, 2018. – 257 с.</p> <p>4. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) : навч. посібник / Грехов А. М. – К. : Кондор, 2008. – 302 с.</p> <p>5. Плескач В. Л. Електронна комерція : підручник / Плескач В. Л., Затонацька Т. Г. – К.: Знання, 2007, 535 с.</p> <p>6. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с.</p> <p>7. Шалева О.І. Електронна комерція : навч. посібник / Шалева О. І. – К. : ЦУЛ, 2017. – 216 с.</p> <p>Додаткова література:</p> <p>8. Дашковская О. Д. Электронная коммерция в рекламной деятельности : учеб.-метод. пособие / О. Д. Дашковская. – Ярославль : ЯрГУ, 2018. – 40 с.</p> <p>9. Дращиця С.А. Електронна комерція : навч. посібник / С. А.Дращиця. – Львів: Новий Світ-2000, 2013.- 182 с.</p> <p>10. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернете : пер. с англ. / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 640с.</p> <p>11. Косинський В. І. Сучасні інформаційні технології : навч. посіб. / В. І. Косинський, О. Ф. Швець. – К.: Знання. 2011. – 318 с.</p> <p>12. Маєвська А. А. Електронна комерція і право : навч.-метод. посібник. / уклад. А. А. Маєвська - Х. : 2010. – 256 с.</p> <p>13. Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.</p> <p>14. Шалева О. І. Організація і розвиток мобільної комерції в умовах становлення глобального інформаційного простору / О. І. Шалева // Глобальні та національні проблеми економіки : електронне наукове видання. - Вип. 7, 2015. - С. 925-929. - Режим доступу : http://global-national.in.ua/archive/7-2015/194.pdf.</p>
--	--	--

15. Шалева А. И. Ритейл Украины в системе электронного бизнеса: социально-экономические аспекты / В. В. Апопий, А. И. Шалева // Проблемы и перспективы электронного бизнеса : сборник научных статей междунар. науч.-практ. конф. / редкол. : С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. д-ра техн. наук, проф. А.Н. Семенюты. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. - С. 3-7.
16. Шалева О.І. Теоретичні та практичні засади функціонування маркетплейсів у системі електронного бізнесу / О.І. Шалева // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали щоріч. наук. конф. проф.-виклад. скл. та асп. Львівського торговельно-економічного університету / [відповід. за випуск проф. Семак Б. Б.]. - Львів : вид-во ЛТЕУ, 2018. - С. 96-97.
17. Шиндировський І. М. Характеристика користувачів всесвітньої мережі Інтернет / І. М. Шиндировський, І. П. Міщук, О. І. Шалева // Вісник Львівського-торговельно-економічного університету / [ред. кол. : Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельного університету, 2018. – Вип. 56. – С. 105-111.
18. 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.
19. Янчева Л. М. Електронна комерція : організація та облік: навч. посібник / Л. М. Янчева, А. П. Гринько, А. С. Крутова, Т. О. Тарасова – Харків : ХДУХТ, 2008. – 231 с

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

20. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
21. Економіст. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ua-ekonomist.com/.
22. Електронна бібліотека ЛТЕУ. — [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.dev.lac.lviv.ua/lib/.
23. Закон Україна "Про телекомунікації" № 1280-IV від 18 листопада 2003 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. –

		<p>Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15.</p> <p>24. Закон України "Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах" № 80/94-ВР від 5 липня 1994 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94.</p> <p>25. Закон України "Про електронний цифровий підпис" № 852-IV від 22 травня 2003 р. – [Електронний ресурс]. (зі змінами та доповненнями) – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15.</p> <p>26. Закон України "Про електронні документи та електронний документообіг" № 851-IV від 22 травня 2003 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15.</p> <p>27. Закон України "Про електронну комерцію" №675-VIII від 3 вересня 20015 р. (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/675-19.</p>
Обсяг курсу		90 год., з них 16 год лекційні заняття, 16 год практичних занять, 58 год самостійної роботи
Очікувані результати навчання		<p>Після закінчення курсу студенти повинні:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знати сутність, значення та особливості функціонування онлайн-торгівлі; – знати моделі та стратегії в онлайн-торгівлі; – знати нормативно-правове забезпечення ведення онлайн-бізнесу; – вміти застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної електронної комерції як складової онлайн-бізнесу; – вміти застосовувати електронні платіжні системи в підприємницькій діяльності; – вміти здійснювати оцінку ефективності використання онлайн-торгівлі в підприємницькій діяльності; – вміти оцінювати ризики при обґрунтуванні перспектив розвитку онлайн-комерції
Ключові слова		Бізнес, онлайн-торгівля, електронна комерція, віртуальний бізнес, електронні торговельні майданчики, маркетплейси, мобільні бізнес-ресурси, соціальні мережі
Формат курсу		Очний (проведення лекцій, практичних, самостійна робота, індивідуальні науково-дослідні завдання)
Теми		<p>1. Поняття, особливості та види онлайн-бізнесу на сучасному етапі. Організаційно-правове забезпечення онлайн-торгівлі.</p> <p>2. Сучасні стратегії онлайн-торгівлі. Основні бізнес-моделі сектору B2B. Основні моделі сектору B2C.</p>

		<p>3. Інтернет-аудиторія та поведінка споживачів.</p> <p>4. Технології Інтернет-маркетингу в онлайн-торгівлі.</p> <p>5. Суть цифрового контенту та його значення для онлайн-торгівлі.</p> <p>6. Соціальні мережі та спільноти. Торговельні онлайн-майданчики.</p> <p>7. Індустрія онлайн-продажів. Особливості реалізації послуг в мережі Інтернет.</p> <p>8. Стратегії та інструменти цифрової реклами в онлайн-бізнесі.</p> <p>9. Платежі та розрахунки за товари та послуги в онлайн-торгівлі.</p> <p>10. Визначення ефективності онлайн-торгівлі.</p>
Підсумковий контроль, форма		Залік
Пререквізити		Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з маркетингу, макро-, мікроекономіки, аналізу характеристик товарів та послуг, бухгалтерський облік та оподаткування, теорія ймовірності та математична статистика, основи бізнесу.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу		<p>Презентації з лекціями.</p> <p>Інтерактивні методи (демонстраційні вправи, ситуаційні вправи, задачі, мозковий штурм, дискусії, робота з тестовими та іншими діагностичними методиками тощо)</p> <p>Здобувачі вищої освіти працюють з інформацією, зокрема з використанням мережі Інтернет, виконують усні та письмові завдання, виступають з промовами і презентаціями, підготовленими ними у формі групових та/або індивідуальних проєктів.</p> <p>Програмою передбачено такі проєкти для формування професійної компетентності: виступ-інформування за темами практичних занять, презентація виконання завдань, захист індивідуального науково-дослідного завдання.</p>
Необхідне обладнання		Проектор, комп'ютер з можливістю підключення до Інтернет, екран для проєктора, фліпчарт
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)		<p>Модульне опитування – 2-а модулі по 25 балів.</p> <p>Виступ на практичному занятті – 5 балів, участь в обговоренні питання, в дискусії, суттєве доповнення (залежно від змісту та наповнення) до 3-х балів.</p> <p>Виконання індивідуальних практичних завдань (10 балів за кожне завдання).</p>

<p>Питання до заліку*</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Організація продажу одягу та взуття на маркетплейсі. 2. Функціональні особливості інтернет-банкінгу. 3. Організація продажу електроніки та побутової техніки в інтернет-магазині. 4. Організація продажу колекційних товарів на інтернет-аукціоні. 5. Організація продажу продуктів харчування в інтернет-магазині. 6. Страхові послуги як онлайн-товар. 7. Консалтингові послуги як онлайн-товар. 8. Особливості реалізації в товарів для дому в інтернет-магазині. 9. Електронні платіжні системи у вітчизняному сегменті Internet. 10. Особливості реалізації подарунків та сувенірів на інтернет-аукціоні. 11. Організація продажу промислового обладнання на маркетплейсі. 12. Особливості мобільної торгівлі товарами та послугами. 13. Організація продажу нерухомості на маркетплейсі. 14. Можливості інтернет-бізнесу в сфері транспортних послуг: бронювання, оплата квитків, надання інформації. 15. Організація продажу парфумерії та косметики в інтернет-магазині. 16. Дистанційна освіта як вид інформаційних послуг в Інтернет. 17. Особливості реалізації подарунків та сувенірів на інтернет-аукціоні. 18. Кейтерингові послуги як онлайн-товар. 19. Організація надання побутових послуг на маркетплейсі. 20. Організація продажу книг та друкованої продукції в інтернет-магазині. 21. Організація надання логістичних та складських послуг на маркетплейсі. 22. Особливості реалізації фото- та відеотехніки на інтернет-аукціоні. 23. Організація продажу товарів для спорту та відпочинку в інтернет-магазині. 24. Організація продажу авто- та фототоварів на маркетплейсі. 25. Організація надання інформаційно-комунікаційних послуг на маркетплейсі.
<p>Опитування</p>		<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

**Залік зараховується за сумою балів, отриманих студентом за результатами участі в навчальному процесі та виконання поставлених завдань.*