МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економічної кібернетики

Затверджено
На засіданні кафедри економічної кібернетики
економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № ____ від _____ 20__ р.)

Завідувач кафедри
економічної кібернетики
доц., к.е.н. Артим-Дрогомирецька З. Б.

Силабус з навчальної дисципліни
«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»,
що викладається в межах освітньо-професійної програми
«Економічна кібернетика»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
для здобувачів за спеціальністю 051 «Економіка»

Львів 2023 р.

Назва дисципліни	Електронна комерція
Адреса викладання дисципліни	ЛНУ імені Івана Франка, економічний факультет м. Львів, пр. Свободи, 18
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет Кафедра економічної кібернетики
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	галузь знань 05 “Соціальні та поведінкові науки” спеціальність 051 “Економіка” освітня програма “Економічна кібернетика”
Викладачі дисципліни	Панчишин Андрій Ігорович, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики
Контактна інформація викладачів	andriy.panchyshyn@lnu.edu.ua https://cyber.lviv.ua/person/32
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Очні консультації: за попередньою домовленістю в день проведення аудиторних занять (економічний факультет, просп. Свободи, 18, каф. економічної кібернетики, ауд. 307) Онлайн консультації: за попередньою домовленістю через MS Teams, Zoom або подібні ресурси в робочі дні з 09.00 до 18.00 год. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Сторінка курсу	https://econom.lnu.edu.ua/course/elektronna-komertsiia
Інформація про курс	Завданням дисципліни «Електронна комерція» є вивчення теоретичних і практичних засад створення проектів електронної комерції, проведення електронних платежів, організації захисту інформації, аналіз інтернет-реклами.
Коротка анотація курсу	Дисципліна «Електронна комерція» є вибірковою дисципліною з спеціальності «051 Економіка» для освітньо-професійної програми «Економічна кібернетика», яка викладається в 3 семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі курсу	Метою викладання дисципліни «Електронна комерція» є здобуття практичних навичок із здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів, вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, набуття вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.
Література для вивчення курсу	- Основна література: 1. Василичев Д. В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції / Д.В. Василичев. – Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2017. – Вип. 32. – С. 287с. 2. Інтелектуальні системи управління: навч. посіб. для студ. / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Л. Д. Ярощук, В. І. Бородін. – Електронні текстові дані. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 81 с. 3. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан [та ін.]; за ред. П. Ю. Балабана ; Міністерство освіти і науки України; Вищий навчальний заклад Укоопспілки Полтавський університет

	економіки і права; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків: Світ Книг, 2015. - 451 с. 4. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55. 5. Макарова М. В. Електронна комерція: посіб. для студ. ВНЗ / М. В. Макарова – К.: Видавничий центр ―Академія, 2002. – 272 с. 6. Меджибовська Н.С. Електронна комерція / Н.С. Меджибовська. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с. 7. Плескач В. Л. Електронна комерція: [підручник] / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька.– К.: Знання, 2007. – 535 с. 8. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу / І.І. Присакар // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 333. 9. Пушкар О. І., Грабовський Є. М. Віртуальні підприємства та електронний бізнес: конспект лекцій. – Х.: ХНЕУ, 2008. – 47 с. 10. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція: навч. посіб. / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 244 с. 11. Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник для ВНЗ / О.І. Шалева. - Київ : Центр учбової літератури, 2016. - 215 с. - Допоміжна 1. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua. 2. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 31.05.2005 № 2594-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua. 3. Закон України «Про захист інформації в інформаційно телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua. 4. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.1998 № 74/98-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua. - Інформаційні ресурси 1. https://ain.ua 2. https://www.ecommercetimes.com. 3. https://www.mon.gov.ua. 4. https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce
Тривалість курсу	120 год
Обсяг курсу	40 годин аудиторних занять, з них 48 годин лекцій та 14 годин лабораторних робіт/практичних занять, а також 80 годин самостійної роботи
Очікувані результати навчання	Після завершення цього курсу студент буде : - Знати:

	місце та роль електронної комерції в інформаційному секторі економіки; моделі електронної бізнесу; переваги електронної комерції; платіжні системи в Internet; інструментарій створення інтернет-проектів; методи та заходи захисту інформації від випадкового пошкодження; місце та роль реклами та маркетингу в проектах електронної комерції; особливості ведення бізнесу на маркетплейсах. - Вміти: розробляти проекти електронної комерції; просувати сайти засобами контекстної реклами; створювати ефективні рекламні проекти; використовувати платіжні системи в інтернет-маркетингу.
Ключові слова	Електронна комерція, інтернет-маркетинг, інтернет-магазин, платіжні системи, конверсія та цільовий трафік, SEO, маркетплейс.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, лабораторних робіт та консультації для кращого розуміння тем
Теми	Тема 1: Основні поняття електронної комерції. Тема 2: Маркетинг в електронній комерції. Тема 3: Електронний ринок на платформі Інтернет. Тема 4: Електронна підтримка покупців. Тема 5: Тактичні прийоми електронної комерції. Тема 6: Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет. Тема 7: Електронні платіжні системи та фінансові інструменти. Тема 8: Системи електронної комерції в корпоративному секторі.
Підсумковий контроль, форма	залік в кінці семестру
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін «Інформатика», «Маркетинг», «Основи економічної науки», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», достатніх для сприйняття категоріального апарату предмету
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекції, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), проектно-орієнтоване навчання, дискусія
Необхідне обладнання	Робочі станції – персональні комп'ютери з встановленою операційною системою Windows, офісним пакетом Microsoft Office, CMS з плагінами електронної комерції.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: • лабораторні заняття: 70% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 70; • контрольні заміри (модулі): 30% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 30. Підсумкова максимальна кількість балів 100. Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної

недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахуваннння викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Несвоєчасне виконання поставленого індивідуального завдання призводить до зниження оцінки за це завдання.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і лабораторні/практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються всі бали, набрані під час семестру.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

Шкала оцінювання: Університету, національна та ECTS

Оцінка ЄКТС	*Сума балів за всі види навчальної діяльності*	*Оцінка за національною шкалою*
		для заліку
A	90 – 100	*зараховано*
B	81-89	
C	71-80	
D	61-70	
E	51-60	
FX	0-50	*не зараховано з можливістю повторного складання*

Питання до заліку чи екзамену.

- Механізми підтримки електронного бізнесу.
- Електронний бізнес.
- Електронна комерція.
- Моделі бізнес-взаємодії .
- Віртуальне підприємство.
- Переваги електронного бізнесу.
- Переваги інтернет-маркетингу.
- Електронний гаманець.
- Електронні гроші.
- Типи платіжних карток, які використовують для розрахунків у мережі Інтернет.
- Платіжна система в Інтернет .
- Традиційна платіжна система .
- Приклади українських платіжних систем з електронною готівкою.
- Способи оплати у межах мережі Інтернет.
- Приклади віртуальних кредитних карток.

	○ Приклади міжнародних платіжних систем з електронною готівкою. ○ Вимоги до платіжних систем в Інтернет. ○ Способи створення проектів електронного бізнесу. ○ Система управління контентом. ○ Методами керування доступом з метою захисту інформації в мережі Інтернет . ○ Адміністративні методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації. ○ Технічні методи та заходи захисту інформації від несанкціонованого доступу чи навмисного пошкодження або знищення інформації. ○ Маркетплейс. ○ Підготовка до продаж на маркетплейсі. ○ Стратегії торгів на Amazon.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.