



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС ТА Е-КОМЕРЦІЯ»

Галузь знань	07 – Управління та адміністрування	Освітній рівень	Другий (магістерський)
Шифр і назва спеціальності	076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Семестр	2
Назва освітньої програми	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Тип дисципліни	вибіркова
Факультет	Економіки та менеджменту	Кафедра	Фінанси, банківська справа та підприємництво

Обсяг:

За видами занять:

Кредитів ECTS	Годин	Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
4	120	18	-	36	-	66	Диференційований залік

ВИКЛАДАЧ

Крук Олена Миколаївна, lk21061496@gmail.com



Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри «Фінанси, банківська справа та підприємництво».
Досвід роботи - 14 років. Автор понад 62 наукових та навчально-методичних праць.
Провідний лектор з дисциплін: «Фінанси», «Гроші та кредит», «Інформаційні системи і технології у фінансах і підприємстві», «Фінансове посередництво», «Місцеві фінанси», «Казначейська справа», «Технологія працевлаштування» та ін.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	Дисципліна спрямована на оволодіння теоретичними знаннями, уміннями та практичними навичками у сфері організації електронного бізнесу, інструментарію електронної комерції на базі глобальної мережі Інтернет, аналізу ефективності електронного бізнесу та його нормативно-правового забезпечення, ведення бізнесу, маркетингу та реклами з використанням новітніх комп'ютерних технологій у мережі Інтернет.
Мета та цілі	Метою дисципліни «Електронний бізнес та Е-комерція» є оволодіння здобувачами вищої освіти другого (магістерського) рівня базовими фундаментальними знаннями з теоретичних основ електронної комерції, формування практичних навичок організації комерційної діяльності сучасних суб'єктів господарювання у глобальному інформаційному середовищі, які дадуть можливість професійно здійснювати свою діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі.
Формат	Лекції (очний, заочний формат), практичні заняття (очний, заочний формат), консультації (очний, заочний формат), підсумковий контроль – диференційований залік (очний, заочний формат).
Пререквізити	Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти («Інформатика», «Інформаційні системи і технології у підприємстві»,

«Основи економічної теорії», «Маркетинг», «Фінанси» та ін.).

Пореквізити Знання з дисципліни «Електронний бізнес та Е-комерція», у разі її вибору, можуть бути використані під час написання магістерської роботи за умов відповідності до її теми.

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Інтегральна компетентність (ІК)

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва, торгівлі та біржової діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)

СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.
СК 6. Здатність до проведення бізнес-діагностики та фінансового управління бізнес-діяльністю, а також розробки рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності й розвитку бізнес-структур.
СК 7. Здатність застосовувати універсальні неспеціалізовані, надпрофесійні навички успішної участі у робочому процесі при виконанні професійних завдань в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.
ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі і біржової діяльності та розробляти заходи щодо їх вирішення.
ПРН 5. Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.
ПРН 6. Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.
ПРН 10. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків.
ПРН 12. Вміти здійснювати моніторинг і володіти інструментами бізнес-діагностики у сфері управління бізнесом, а також надавати й обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.
ПРН 13. Вміти при виконанні завдань в професійній сфері застосувати універсальні надпрофесійні навички успішної участі у робочому процесі, зокрема командному, а також успішно соціалізуватися.

Вимоги викладача, політика курсу

Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять згідно розкладу, не спізнюватись, а також самостійну роботу. Здобувач зобов'язаний працювати з навчальною та додатковою літературою, з інформацією на електронних носіях і в Інтернет-ресурсах. За умов пропуску лекційних занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття за наявності допуску викладача.
Курс передбачає роботу в колективі. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Під час роботи над завданнями не припустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Основи електронного бізнесу.	Практичне заняття 1	Мережна економіка в інформаційному суспільстві. Сутність електронного бізнесу. Види електронного бізнесу. Види електронних фінансових послуг. Започаткування електронного бізнесу. Характеристики ведення електронного бізнесу. Аспекти, переваги та виклики для електронного бізнесу.	Електронний бізнес у глобальній перспективі. Основні напрями розвитку сучасного електронного бізнесу. Сфери підприємницької діяльності, що здійснюються в кібернетичному просторі, які охоплює електронний бізнес. Електронний магазин. Основні моделі електронного бізнесу. Стратегію електронного бізнесу. Системна інтеграція. Характеристику основних переваг електронної комерції. Переваги й недоліки електронної комерції. Темпи зростання електронного бізнесу в Україні за останній період.
Лекція 2	Моделі та стратегії електронного бізнесу.	Практичне заняття 2	Бізнес моделі в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Бізнес-стратегії. Пристосування стратегії електронного бізнесу до корпоративної стратегії.	Основні характеристики бізнес-моделей B2B, B2C, C2C, C2B, B2A, C2A, G2A, G2G, B2G та G2B. Найрозвиненіші бізнес-моделі в Україні. Найменш розвинена бізнес-модель в Україні. Взаємодія суб'єктів в електронному бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Поділ бізнес-стратегії в електронному бізнесі. Поділ фірм за категоріями в електронному бізнесі. Інноваційні форми стратегії компаній.
Лекція 3	Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу.	Практичне заняття 3	Глобальна мережа Інтернет. Основні поняття. Інтернет-технології та сервіси. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет. Віртуальні приватні мережі. Інтернет як база електронного бізнесу.	Характеристика основних понять Інтернету. Технології та способи використання Інтернету. Відмінності між Інтранетом та Екстранетом. Технологія віртуальних приватних мереж. Поділ мереж за призначенням VPN. Переваги й недоліки VPN. Основні напрями використання Інтернету для електронного бізнесу. Розвиток інтернет-технологій і сервісів. Розвиток електронного бізнесу.
Лекція 4	Інформаційні системи в масштабах суб'єкту підприємництва.	Практичне заняття 4	Інформаційні системи класу ERP. Інформаційні системи класу SCM. Інформаційні системи класу CRM. Колаборативні та внутрішні системи суб'єкту підприємства. Особливості інформаційного рішення для електронного бізнесу і комерції.	Діючі ERP-системи. Нові інформаційні технологічні платформи. Функціональний склад систем класу CRM. Переваги використання систем класу CRM. Співпраця з клієнтами. Співпраця з постачальниками. Співпраця з персоналом. Співпраця з конкурентами. Рівні інтеграції електронного бізнесу. Управління електронними продажами. Електронне управління закупівлями.
Лекція 5	Використання електронного бізнесу.	Практичне заняття 5	Зміна напряму бізнес-діяльності з переходом до електронної комерції. Традиційний та електронний комерційні цикли. Нові продукти в мережі. Практичні приклади поєднання традиційної та електронної комерції.	Правила безпеки при здійсненні платежів в Інтернеті. Інформаційна безпека та система захисту мереж. Різниця між етапами традиційного та електронного продажу. Порядок зміни ланцюжку між учасниками торговельного процесу при використанні електронного бізнесу. Методи використання Інтернету суб'єктами підприємства для отримання прибутку в мережі.
Лекція 6	Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції.	Практичне заняття 6	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.	Характерні риси електронної комерції. Продукти електронного ринку. Взаємодія учасників електронного ринку. On-line покупці. Бізнес-операції сфери електронної комерції. Основні категорії мережі Інтернет. Основні служби мережі Інтернет. Ідентифікація інтернет-ресурсів. Особливості українського сегмента Інтернет. Процедура створення веб-сайту. Бізнес-моделі сайтів.

самостійна робота

Лекція 7	Електронні закупівлі. Управління взаєминами із покупцями. Бізнес-аналітика.	Практичне заняття 7	Особливості процесу електронних закупівель. Стратегія і концепція CRM в управлінні бізнесом підприємства. Інструменти CRM. CRM-технології. Класифікація CRM-систем. Бізнес-аналітика. Функції та переваги (BI). Технології використання BI. BI vs ERP. Нові тенденції розвитку BI в Україні.	Характерні риси електронних закупівель. Переваги й недоліки електронних закупівель. Схему електронних закупівель. Лояльність клієнтів. Роль засобів комунікації з клієнтом у реалізації CRM-концепції. Результати для бізнесу від реалізації клієнт-орієнтованого підходу. Основні принципи IT, які підтримують CRM-стратегію. Порівняння використання різних CRM-технологій: їх головне завдання; автоматизація бізнес-процесів, IT-інструменти, які використовуються. Джерела накопичення інформації з історії взаємовідносин з клієнтом у CRM-системі. Призначення інформації з історії взаємовідносин. Ключові можливості для бізнес-аналізу. Переваги в роботі від інструментів бізнес-аналізу порівняно з традиційними. Переваги, недоліки та зв'язок з аналізом даних BI та ERP. Оцінка ефективності запровадження інструментів бізнес-аналізу.
Лекція 8	Показники вимірювання виконання в електронній торгівлі.	Практичне заняття 8	Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Маркетингові показники ефективності. Ефективність веб-сайту.	Ефективність електронної торгівлі. Критерії ефективності електронної торгівлі. Джерела економії. Визначення економічної ефективності електронної торгівлі. Показники електронної торгівлі. Аспекти ефективності електронної торгівлі. Маркетингові показники. Файли «cookies». Маркетингові стратегії.
Лекція 9	Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.	Практичне заняття 9	Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Методи визначення ефективності електронної комерції. Напрямки оцінки ефективності електронної комерції.	Правове регулювання електронної комерції. Електронні документи. Електронний документообіг. Формати електронних документів. Міжнародні системи електронного обміну даними. Стандарти та специфікації у системах електронного документообігу. Критерії оцінки ефективності електронної комерції. Банерна реклама.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Лекційні і практичні заняття укомплектовано наступним обладнанням: Мультимедійний проектор VE303G NEC, Ноутбук SAMSUNG 540U (NP540U3C), Ноутбук Acer N19C1, БФП Canon i-SENSYS MF4410, Колонки incredible sound R 215, системний блок Intel Atom D525, монітор lg e1940s monitor, Проекційний екран, ОС Windows 7, пакет офісних програм Microsoft office 2016, вільний доступ до Wi-Fi. Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/my/>

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

<p>1. Гаврилов Л. П. Електронная коммерция. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2018. – 363 с.</p> <p>2. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности : электронная коммерция : 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. Электронный бизнес (Е-коммерция) : навч. посібник / Грехов А. М. – К. : Кондор, 2008. – 302 с.</p>	<p>Дашковская О. Д. Электронная коммерция в рекламной деятельности : учеб.-метод. пособие / О. Д. Дашковская. – Ярославль : ЯрГУ, 2018. – 40 с.</p> <p>Дражница С.А. Электронна комерція : навч. посібник / С. А. Дражница. – Львів: Новий Світ-2000, 2013.- 182 с.</p> <p>Косинський В. І. Сучасні інформаційні технології : навч. посіб. / В. І. Косинський, О. Ф. Швець. – К. : Знання. 2011. – 318 с.</p> <p>Маєвська А. А. Электронна комерція і право : навч.-метод. посібник. / уклад. А. А. Маєвська - Х. : 2010. – 256 с.</p> <p>Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М.</p>
--	--

5. Плєскач В. Л. Електронна комерція : підручник / Плєскач В. Л., Затоначька Т. Г.– К.: Знання, 2007, 535 с.

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.

7. Шалева О.І. Електронна комерція : навч. посібник / Шалева О. І. – К. : ЦУЛ, 2017. – 216 с

8. Brian, Ash e-market Domonance: How to Use the Internet to Win & Keep Customers / Brian Ash, Tom Lambert. – McGraw-Hill Companies; 1st Edition, 2001. – 220 p.

9. Electronic commerce and multiurisdictional taxation. Hague ; London ; New York : Kluwer law international, 2001.

10. Ward A. Hanson. Internet Marketing And E-Commerce / Ward A. Hanson, Kirthi Kalyanam. – CENGAGE INDIA; 2nd Edition, 2012. – 642 p.

11. Damian Ryan. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation / Damian Ryan, Calvin Jones. – Kogan Page, London, 2009. –276 p.

Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.

Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.

Web-ресурси: <http://www.nbu.gov.ua>; <https://zakon.rada.gov.ua/laws>; <http://ukrstat.gov.ua>; <http://uam.in.ua/>; <https://www.ama.org>; <http://www.marketing-research.in.ua>; <https://www.microsoft.com/uk-ua/store/b/home>; <https://docs.microsoft.com/ru-ru/learn/certifications/>; <https://www.tutorialspoint.com/e-commerce/e-commerce-advantages.htm>; <https://uteka.ua/ua/tag/elektronnaya-kommerciya>.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ДИФЕРЕНЦІЙОВАНОГО ЗАЛІКУ

Мережна економіка в інформаційному суспільстві. Сутність електронного бізнесу. Види електронного бізнесу. Види електронних фінансових послуг. Започаткування електронного бізнесу. Характеристики ведення електронного бізнесу. Аспекти, переваги та виклики для електронного бізнесу. Бізнес моделі в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Бізнес-стратегії. Пристосування стратегії електронного бізнесу до корпоративної стратегії. Глобальна мережа Інтернет. Основні поняття. Інтернет-технології та сервіси. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет. Віртуальні приватні мережі. Інтернет як база електронного бізнесу. Інформаційні системи класу ERP. Інформаційні системи класу SCM. Інформаційні системи класу CRM. Колаборативні та внутрішні системи суб'єкту підприємництва. Особливості інформаційного рішення для електронного бізнесу і комерції. Зміна напрямку бізнес-діяльності з переходом до електронної комерції. Традиційний та електронний комерційні цикли. Нові продукти в мережі. Практичні приклади поєднання традиційної та 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. Особливості процесу електронних закупівель. Стратегія і концепція CRM в управлінні бізнесом підприємства. Інструменти CRM. CRM-технології. Класифікація CRM-систем. Бізнес-аналітика. Функції та переваги (BI). Технології використання BI. BI vs ERP. Нові тенденції розвитку BI в Україні. Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Маркетингові показники ефективності. Ефективність веб-сайту. Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Методи визначення ефективності електронної комерції. Напрямки оцінки ефективності електронної комерції.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Розподіл балів для оцінювання успішності студента	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Нарахування балів
	90-100	A	відмінно	
	81-89	B	добре	
	75-80	C		
	65-74	D	задовільно	
	55-64	E		
	30-54	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
	0-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Бали нараховуються за наступним співвідношенням:
для денної форми навчання:

- поточний контроль (написання модульних контрольних робіт, усне опитування, виконання індивідуального завдання, самостійна робота): 50 % семестрової оцінки;
- підсумковий контроль (диференційований залік): 50% семестрової оцінки.

для заочної форми навчання:

- підсумкова тестова контрольна робота: 40 % семестрової оцінки;
- підсумковий диференційований залік: 60 % семестрової оцінки.

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ

Здобувач повинен дотримуватися «Стандарту академічної доброчесності Донбаської державної машинобудівної академії»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дотримуватися корпоративної культури, академічній доброчесності та етики академічних відносин, запобігати академічного плагіату. Дотримуватися вимог Інструкції про забезпечення належних протиепідеміологічних заходів. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при нерозв'язності конфлікту звертатись до завідувача кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва.

Силабус за змістом відповідає робочій програмі навчальної дисципліни