



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Електронна комерція

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

**Чуприна Олена Оскарівна**

д.е.н., доцент chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**5**

кредитів ЄКТС  
(150 годин)

**42**

години контактна робота з викладачем  
(14 годин лекцій;  
28 годин семінарських занять)

**108**

годин - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Маркетинг»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ознайомлення студентів з теоретичними основами електронної комерції, формування практичних навичок організації комерційної діяльності суб'єктів господарювання в інформаційному середовищі

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### **Модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції**

**Тема 1.** Сутність та зміст електронної комерції

**Тема 2.** Інструментарій електронної комерції

### **Модуль 2. Організація використання технологій електронної комерції**

**Тема 3.** Організація і технологія роботи інтернет-магазину

**Тема 4.** Організація продажу товарів через інтернет-аукціони

**Тема 5.** Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики

**Тема 6.** Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції

**Тема 7.** Організація надання послуг в електронній комерції

**Тема 8.** Маркетинг та реклама в мережі Інтернет

**Тема 9.** Організаційно-правове забезпечення електронної комерції

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- здатність застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- вміння виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- вміння використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- здатність застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового



## Донецький державний університет управління

- середовища;
- навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на семінарських заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів;
- Виконання індивідуальних завдань – 40 балів.

#### **Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### **За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### **Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО- МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

- Основна література:**
1. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція: підручник / за ред. А.А. Мазаракі; Київ. нац. торг. екон. ун-т. К.:КНТЕУ, 2012. 443 с.
  2. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: Навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
  3. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.
  4. Янчева Л.М., Гринько А.П., Крутова А.С., Тарасова Т.О. Електронна комерція: організація та облік: навч. посіб. Х.:ХДУХТ, 2011. 231 с.
- Англомовні видання:**
1. Consumer behaviour in a changing world : food, culture and society. 2016. Ed. by Fabio Verneau and Christopher Griffith Emerald Group Publishing Limited <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=4514345>.
  2. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.
  3. Riefa Christine Consumer Protection and Online Auction Platforms: Towards a Safer Legal Framework. London- NY, 2015. 276 с.
- Інтернет джерела**
1. Новинний і освітній ресурс, присвячений питанням інтернет-бізнесу і технологій електронної комерції. URL: <https://e-commerce.com.ua>
  2. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 № 0957. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=0957&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=0957&skl=9).
  3. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3574>
  4. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.