



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента – ВК 11
МЕНЕДЖМЕНТ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	вибіркова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	075	Маркетинг
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»	
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS (120 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	РГР	
Форми семестрового контролю	залік	



Викладач:

Станкевич Ірина Володимирівна,
д.е.н., професор кафедри менеджменту і маркетингу,
iryna_stankevych@odaba.edu.ua

В процесі вивчення даного освітнього компонента у студентів сформуються навички та вміння проектувати, координувати та управляти проектами електронної комерції за умови застосування командної роботи.

Передумовами для вивчення освітнього компонента є набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими освітніми компонентами: Менеджмент; Поведінка споживачів; Управління персоналом, Інтернет-маркетинг.

Диференційовані результати навчання:

знати:

- теоретичні основи організації та функціонування підприємств електронного бізнесу;
- поняття «електронного бізнесу» та «електронної комерції»;
- види електронного бізнесу;

- моделі електронної комерції;
- особливості формування системи електронної комерції у корпоративному секторі та системи електронної комерції у споживчому секторі;
- основні категорії та поняття дисципліни;
- сутність і завдання Web-дизайну;
- види сайтів;
- можливості використання графічних файлів та способи подання інформації на web-сайтах;
- технологію, методи і прийоми привертання уваги відвідувачів;
- можливості різних редакторів web-сайту;
- особливості створення макету web-сайту;
- ергономічні фактори, що впливають на сприйняття інформації;
- критерії оцінки та методи тестування web-сайтів.

володіти:

- навичками адміністрування та стратегічного управління онлайн бізнесом;
- навичками менеджера з електронної комерції, щодо організаційної діяльності ведення онлайн бізнесу;
- навичками проектувати, координувати та управляти проектами електронної комерції за умови застосування командної роботи.

вміти:

- характеризувати кожний із видів електронного бізнесу, наводити приклади моделей е-комерції;
- створювати електронний магазин, робити покупки за допомогою електронного магазину з використанням різноманітних видів електронних платіжних систем;
- виконувати ділові операції та угоди з використанням сучасних електронних засобів та прикладних програм побудови систем комерційної діяльності в мережі Інтернет;
- застосовувати на практиці одержані в процесі вивчення курсу знання;
- застосовувати на практиці методи і прийоми привертання уваги відвідувачів;
- розробляти концепцію, цілі і структуру web-сайту;
- створювати ілюстрації та структурувати інформацію для web-сайту;
- здійснювати макетування web-сайту з урахуванням ергономіки;
- використовувати шаблони та створювати анімаційні та динамічні елементи;
- розробляти заходи щодо ефективності функціонування web-сайту;
- здійснювати розміщення інформації на сайті з урахуванням поставлених завдань;
- визначати ефективність затрат ресурсів та термінів створення web-сайту;
- здійснювати оцінку та тестування створеного web-сайту.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
1	Електронна комерція як складова електронного бізнесу	4	2		2
2	Моделі електронної комерції	2	2		2
3	Системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі	4	2		-
4	Базові технології web-дизайну	2	2		2
5	Типографіка та web -графіка	4	2		2
6	Етапи розробки та створення web -сайтів	2	2		2
7	Хостинг web -сайтів	2	4		2
8	Домени	2	2		2
9	Електронні платіжні системи	2	2		2
10	Просування web -сайту в мережі Інтернет	4	4		-
11	Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами	2	2		2
12	Перспективи розвитку електронної комерції	2	2		2
	Розрахунково-графічна робота				40
	Всього	32	28		60

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за навчальною дисципліною «Менеджмент електронної комерції» складає 60 та 100 балів відповідно і може бути досягнутий наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
Поточний контроль знань: в т.ч.:			
- усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях	4	10	10
- виступ (довідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях	4	20	20
- тестування	8	10	30
- РГР та підготовка власного проекту	1	20	40
Разом		60	100

Розрахунково-графічна робота є підсумковою самостійною роботою з дисципліни «Менеджмент електронної комерції» і свідчить про засвоєння студентом необхідного обсягу знань з зазначеної дисципліни, вміння працювати з інформаційними джерелами. Мета РГР – закріплення й поглиблення знань студентів у процесі вивчення дисципліни «Менеджмент електронної комерції», пошук і обробка літератури, набуття навичок, формування сучасного мислення й професійності майбутніх фахівців. В РГР необхідно розкрити проблематику теоретичних питань та розробити власний проект згідно з варіантом завдання.

Інформаційне забезпечення

Основна література

1. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 – Менеджмент / М. Ю. Карпенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с
2. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
3. Лисак О.І., Андреева Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с.
4. Трофименко О.Г. Веб-технології та веб-дизайн: навч. посібник. Одеса: Фенікс, 2019. 284 с.

Допоміжні джерела інформації

5. Береза А.М., Коваль І.А., Левченко Ф.А. Електронна комерція: навч. Посібник. К.: КНЕУ. 2002. 326 с.
6. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник. К.: Кондор. 2008. 302 с.
7. Дращиця С.А. Електронна комерція: навч. посібник. Львів: Новий світ-2000, 2013. 184 с.
8. Інтернет-магазин: організація, оподаткування, облік / Під ред. Я. Кавторєва. Х.: Фактор, 2009. 128 с.
9. Макарова М.В. Електронна комерція: посібник для студентів ВНЗ. К.: Видавничий центр «Академія». 2002. 272 с.
10. Пасічник О.Г. Основи веб-дизайну: посібник. К.: BHV, 2008. 534 с.
11. Плескач В.Л. Електронна комерція: підручник. К.: Знання, 2007. 535 с.
12. Плескач В.Л. Технології електронного бізнесу: Монографія. К.: Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2004. 223 с.
13. Тардаскіна Т.М., Алхімова В.В. Новітні тренди розвитку електронної комерції в умовах цифрової трансформації бізнесу. The XV International Scientific and Practical conference “SCIENCE, INNOVATIONS AND EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS” (September 2022), Tokyo. 2022. P. 347-349. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/09/SCIENCE-INNOVATIONS-AND-EDUCATION-PROBLEMS-AND-PROSPECTS-21-23.09.22.pdf>
14. Тардаскіна Т.М., Алхімова В.В. Особливості та доцільність розвитку віртуальних підприємств в Україні. Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті: мат-ли XIII Міжнародної науково-практичної конференції фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. Одеса: ОДАБА. 2022. С. 170-172.
15. Тардаскіна Т.М., Алхімова В.В. Стратегія розвитку віртуального оператора мобільного зв'язку в Україні. Наука і техніка сьогодні: журнал. 2022. № 12(12) 2022. С. 58-70. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/2736>

16.Тардаскіна Т.М., В.В. Алхімова. Тенденції розвитку цифрових трендів в Україні. The VII International scientific and practical conference «INNOVATIONS AND PROSPECTS OF WORLD SCIENCE»(March 2-4 2022), Perfect Publishing, Vancouver, Canada. P. 265-268.

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

18.Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.