

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ



СИЛАБУС навчальної дисципліни ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Статус дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна загально-університетського каталогу
Коди та назви спеціальностей, для яких пропонується навчальна дисципліна	Усі спеціальності, окрім спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Обсяг дисципліни	4 кредити ЄКТС
Терміни вивчення дисципліни	6 семестр (перший півсеместр)
Назва кафедри, яка викладає дисципліну, аббревіатурне позначення	Кафедра економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня ЕП
Мова викладання	Українська

Лектор (викладач)



Канд. екон. наук, доцент
СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЙВНА
E-mail: t.v.semenova@ust.edu.ua
<https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217>
пр. Науки, 4, кім. 350

Передумови вивчення дисципліни	Базові знання з економічної теорії, менеджменту та економіки, опановані при вивченні відповідних обов'язкових навчальних дисциплін
Мета навчальної дисципліни	Формування у студентів базових знань, необхідних для розуміння широкого кола реальних проблем у сфері електронної комерції; вивчення загальних принципів побудови і функціонування сучасних систем електронної комерції, методів розв'язування реальних задач, які виникають під час експлуатації та модернізації існуючих систем електронної комерції; отримання навичок роботи у реальних системах електронної комерції.
Очікувані результати навчання	ОРН1. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ОРН2. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

Види та обсяг навчальної діяльності в академічних годинах

Денна форма освіти

Види навчальної діяльності	Усього	Семестри / чверті	
		6	
		1	2
Усього годин за навчальним планом	120	120	-
у тому числі:			
Аудиторні заняття	32	32	-
– лекції	16	16	-
– лабораторні роботи	-	-	-
– практичні заняття	16	16	-
Самостійна робота	88	88	-
– підготовка до аудиторних занять	16	16	-
– виконання та захист індивідуальних завдань	12	12	-
– підготовка та складання екзаменів	-	-	-
– підготовка та складання контрольних робіт	18	18	-
– опрацювання розділів, які не викладаються на лекціях	42	42	-
Форма семестрового контролю		Диф. залік	

Заочна форма освіти

Види навчальної діяльності	Усього	Семестр
		6
Усього годин за навчальним планом	120	120
у тому числі:		
Аудиторні заняття	16	16
– лекції	8	8
– лабораторні роботи	-	-
– практичні заняття	8	8
Самостійна робота	104	104
– підготовка до аудиторних занять	8	8
– виконання та захист індивідуальних завдань	12	12
– опрацювання навчального матеріалу	66	66
– підготовка та складання екзаменів	-	-
– підготовка та складання контрольних заходів	18	18
Форма семестрового контролю		Диф. залік

Зміст дисципліни	Розділ 1. Теоретичні та правові основи електронної комерції Розділ 2. Організація і технології електронної комерції Розділ 3. Платежі та розрахунки в електронній комерції. Організація надання послуг в електронній комерції Розділ 4. Ефективність використання електронної
-------------------------	---

	комерції
Контрольні заходи та критерії оцінювання	Оцінки розділів визначаються за 12-бальною шкалою згідно із затвердженими критеріями за результатами індивідуального завдання та контрольних робіт у розрахунково-тестовій формі. Формою семестрового контролю з дисципліни є диференційований залік. Семестрова оцінка визначається як середнє арифметичне оцінок з розділів 1-4 з подальшим переведенням до 100-бальної шкали за визначеною методикою.
Політика викладання	Необхідною умовою отримання позитивної оцінки кожного розділу є відпрацювання відповідних практичних занять. Необхідною умовою отримання позитивної семестрової оцінки з дисципліни за заочною формою навчання є зарахування індивідуального завдання, за яке відповідно до затверджених критеріїв виставляється оцінка «зараховано» / «не зараховано». Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни дорівнює семестровій. Оскарження процедури та результатів оцінювання розділів та семестрового оцінювання з боку здобувачів освіти здійснюється у порядку, передбаченому «Положенням про організацію освітнього процесу в УДУНТ». Порушення академічної доброчесності з боку здобувачів освіти, які, зокрема, можуть полягати у користуванні сторонніми джерелами інформації на контрольних заходах та фабрикації результатів досліджень, що здійснюються під час виконання лабораторних робіт, тягнуть відповідальність у вигляді повторного виконання завдань та повторного проходження процедури оцінювання.
Засоби навчання	Навчальний процес передбачає використання мультимедійного комплексу для проведення лекцій та практичних занять
Навчально-методичне забезпечення	Основна література: 1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 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. Меджибовська Н.С. Електронна комерція. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 384 с. 4. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: підручник. Київ: Знання, 2007. 535 с. 5. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. та ін. Електронна комерція: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2012. 326 с.

6. Шалева О.І. Електронна комерція: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 209 с.
7. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: навчальний посібник. За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано_Франківськ : «Лілея-НВ». 2015. 264 с.
8. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2015. 112 с.
9. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку: навчальний посібник. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с.

Допоміжна література

10. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с.
11. Котлер Ф. Маркетинг 4,0 Від традиційного до цифрового. Київ: Країна мрій, 2018. 224 с.
12. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: підручник. Київ: Хрещатик, 1999. 800 с.
13. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: методичні і організаційні аспекти управління. Київ: Логос, 1998. 150 с.
14. Балановська Т.І., Гоголя О.П., Троян А.В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навчальний посібник. Київ: ЦП «Компринт». 2018. 536 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Урядовий портал. Офіційний сайт. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
3. Міністерство економіки України. Офіційний сайт. URL: <http://www.me.gov.ua>
4. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: <http://www.mof.gov.ua>
5. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
7. Україна: аналітика та статистика. Офіційний сайт. URL: <http://zet.in.ua>

Ухвалено на засіданні кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
(Протокол № 6 від 13.11.2025 р.)

Зав. кафедри



Світлана ДОВБНЯ