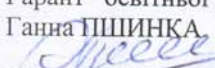


МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І
МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Гарант освітньої програми
Ганна ПШИНКА

28 серпня 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Проректор навчальної
роботи
Інна СТАЩЕВСЬКА

28 серпня 2020 р.

Силабус
навчальної дисципліни

«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

Освітня програма — «Менеджмент маркетингової діяльності»

Спеціальності — 073 «Менеджмент»

Галузь знань — 07 Управління та адміністрування

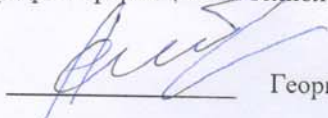
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Харків - 2020

Силабус склала
к.т.н, доцент, доцент кафедри інформаційних технологій
Побіженко І.О.

Силабус затверджено на засіданні кафедри інформаційних технологій,
Протокол № 2 від «25» серпня 2020 року

Завідувач кафедри інформаційних технологій


_____ Георгій АСЄЄВ

Силабус затверджено на засіданні ради факультету культурології, протокол № 1 від. «27»
серпня 2020 року

Голова ради ф-ту


_____ Олександр КРАВЧЕНКО

1. Загальна інформація про дисципліну

1	Назва дисципліни	Інформаційні системи в менеджменті
2	Викладач	Побіженко Ірина Олександрівна
3	Контактні дані викладача (роб.тел., емейл)	iryna_pobizhenko@xdak.ukr.education
4	Статус дисципліни (обов'язкова чи вибіркова)	нормативна
5	Рік підготовки	4
6	Семестр	8
7	Лекції (год.)	18
8	Практичні (семінарські, лабораторні) заняття (год.)	17
9	Самостійна робота (год.)	55
10	Індивідуальна робота (год.)	—
11	Кількість кредитів	4
12	Загальна кількість годин	90
13	Види поточного контролю	поточне опитування, контрольні тестування, реферати
14	Вид підсумкового контролю	залік

2. Анотація дисципліни

2.1. Місце дисципліни в програмі навчання

Навчальна дисципліна «**Електронна комерція**» покликана допомогти студенту досягнути розуміння електронної комерції, володіти методами ефективної організації освітньо-виховного процесу у закладі вищої освіти. У процесі вивчення дисципліни студенти мають усвідомити аспекти електронної комерції. Окрім цього електронна комерція як навчальна дисципліна покликана сприяти формуванню у студентів здібностей до розвитку електронної комерції, забезпечити відпрацювання навиків в електронній комерції, досягти розуміння логіки електронної комерції, а також уміння і готовності формувати команду і працювати в ній.

2.2. Пререквізити та постреквізити дисципліни

Електронна комерція функціонує і розвивається у нерозривному зв'язку як із багатьма суспільними науками (математика, комп'ютерні мережі, інформаційні технології). Своєю чергою, здобутий студентами у ході вивчення навчальної дисципліни «електронна комерція» фрагмент досвіду у вигляді системи знань, умінь, норм і цінностей стане теоретичним підґрунтям подальшого вивчення на II (магістерському) освітньому рівні таких навчальних дисциплін як «Інформаційних систем в управлінні організації», а також при проходженні виробничої практики (стажування) і підготовці освітньо-кваліфікаційних робіт (написання міждисциплінарних курсових, дипломної роботи тощо).

2.3. Мета вивчення дисципліни розкрити сучасні електронні бізнес-технології, з'ясувати сутність Е-комерції і її прояви в різноманітних ділових відносинах і операціях.

2.4. Завдання вивчення дисципліни.

1. розширити уявлення студентів про предмет Е-комерції, її співвідношення з іншими науковими дисциплінами за фахом;
2. сформувати власний досвід студентів щодо практичного застосування сутності теоретичних основ Е-комерції;
3. висвітлити основні елементи систем Е-комерції і методологію створення систем Е-комерції та методи визначення їх ефективності;

4. сформувати знання та практичні навички роботи з вітчизняними системами Е-комерції порівняно із західними та російськими, а також перспективами їх розвитку;
5. розглянути економічні та нормативні аспекти комерції в Інтернет і характер ділових стосунків в Е-комерції;
6. розглянути особливості документообігу в торговельних, платіжних та фінансових системах;
7. розкрити суть проблем безпеки і захисту інформації під час здійснення ділових операцій через Інтернет;
8. узагальнити сучасні підходи до специфіки реклами і маркетингу в глобальній мережі;
9. сформувати у студентів цілісну систему знань про інтерактивний бізнес та Е-комерцію;
10. надати понятійно-термінологічний апарат щодо Е-комерції;
11. дослідити базові основи функціонування Е-комерції;
12. розкрити внутрішню логіку та взаємозв'язок всіх категорій і систем Е-комерції;
13. подати технологічний цикл ділових операцій щодо електронного документообігу в системах Е-комерції через моделювання економічної ситуації для ведення цього виду бізнесу.
14. Вивчення курсу дозволить студентам опанувати відповідними знаннями та навичками.

Знати:

- базові основи розвитку і функціонування Інтернет-економіки, інтерактивного бізнесу та Е-комерції;
- основні організаційно-економічні моделі, категорії та елементи системи Е-комерції;
- методологію побудови систем Е-комерції та методи визначення їх ефективності;
- механізми підтримки ділових стосунків загалом та окремо електронного документообігу в системах Е-комерції;
- проблеми безпеки і захисту інформації в системах Е-комерції;
- принципи влаштування віртуальних підприємств (крамниць, аукціонів, банків тощо) і створення віртуальних інформаційних продуктів;

використання можливостей Інтернет для корпоративного бізнесу

Вміти:

- визначати комунікаційні потреби різних реципієнтів і цільові установки комунікантів;
- самостійно орієнтуватись в комунікаційних потоках, службах, системах;
- вирішувати питання раціональної організації комунікаційних процесів;
- орієнтуватись в літературі з соціально-комунікаційної проблематики й користуватись спеціальною термінологією.

2.5. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни.

Загальні та професійні компетентності:

- Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах;
- Здатність використовувати методи систематизації, пошуку, збереження, класифікації інформації для різних типів інформаційних ресурсів;
- Здатність аналізувати закономірності функціонування потоків та масивів документів та електронних даних;
- Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, постійного підвищення рівня інформаційної культури;

Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел..2.6.

Результати навчання.

- Володіти знаннями з теорії і практики інформаційної діяльності щодо впровадження та використання комунікаційних технологій у соціальних системах, мультимедійного забезпечення інформаційної діяльності;
- Застосовувати знання і розуміння для формулювання і вирішення завдань для удосконалення інформаційно-документних систем;

- Володіти знаннями з теорії і практики інформаційної діяльності щодо впровадження та використання технологій документних комунікацій в мережі Інтернет та в соціальних мережах;
- Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання завдань спеціальності;
Володіти інформаційною культурою, вміти узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням і використанням

3. Політика дисципліни

3.1. Політика виставлення оцінок (пропущені заняття, відпрацювання пропусків): кожна оцінка виставляється відповідно до розроблених викладачем та заздалегідь оголошених студентам критеріїв, а також мотивується в індивідуальному порядку на вимогу студента; у випадку не відпрацювання студентом усіх передбачених предметом занять до заліку він не допускається; пропущені заняття обов'язково мають бути відпрацьовані. Форму і час відпрацювання студент та викладач взаємопогоджують.

3.2. Політика академічної поведінки та доброчесності (плагіат, поведінка в аудиторії): конфліктні ситуації мають відкрито обговорюватись в академічних групах з викладачем, необхідно бути взаємно толерантним, поважати думку іншого. Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. Недопустимі підказки і списування у ході семінарських занять, контрольних роботах, на іспиті.

Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність; робота в аудиторії з відключеними мобільними телефонами.

5 Програма навчальної дисципліни:

Тематика курсу						
Тема, план лекції	Форма заняття	Література	Завдання, год		Вага оцінки	Термін виконання
			Л	ПР		
Терміносистема та категорії Е-комерції. Історія розвитку Е-комерції	Лекція практичне заняття	1 - 6	1	1	5 балів	
Принципи функціонування Інтернет-економіки	Лекція, практичне заняття	1 - 6	1	1	6балів	
Принципи побудови систем Е-комерції	Лекція, практичне заняття	1 - 6	1	1	5 балів	
Організаційно-економічні моделі Е-комерції	Лекція, практичне заняття	1 - 6	1	1	5 балів	
Призначення Е-комерції та сфери її застосування	Лекція, практичне заняття	1 - 6	2	2	5 балів	
Торговельні системи в Інтернет та особливості документообігу в електронній торгівлі	Лекція, практичне заняття	1 - 6	2	2	6 балів	
Платіжні системи в Інтернет та технології платежів для Е-комерції	Лекція, практичне заняття	7 -13	2	2	5 балів	
Фінансові системи в Інтернет та інтерактивні фінансові операції	Лекція, практичне заняття	1 - 6	2	2	5 балів	

Web-сайт як основа бізнесу та Е-комерції в Інтернет	Лекція, практичне заняття	1 - 6	2	2	7 балів	
Інтернет-маркетинг в системі Е-комерції	Лекція, практичне заняття	1 - 6	2	2	6 балів	
Реклама в Інтернет. Банерна реклама	Лекція, практичне заняття	1 - 6	2	1	5балів	
Разом			18	17	60балів	

5. Тематика семінарських (або практичних) занять Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Терміносистема Е-комерції. Пошук термінів з Е-комерції за допомогою довідників (енциклопедій) пошукових систем Інтернет.	1
2	Характеристика аудиторії Інтернет за даними дослідницьких агенцій світу та України на відповідних Web-сайтах.	1
3	Дослідження спеціалізованих Web-сайтів з Е-комерції.	1
4	Аналіз організаційно-економічних моделей Е-комерції.	1
5	Порівняльна характеристика різновидів Е-комерції.	2
6	Форми Інтернет-торгівлі та їх інформаційне забезпечення. Аналіз Інтернет-аукціонів та огляд Інтернет-крамниць.	2
7	Порівняльний аналіз платіжних Інтернет-систем.	2
8	Огляд фінансових систем в Інтернет. Дослідження електронного документообігу систем «Домашній банк»	2
9	Опрацювання практичних питань створення Web-сайту комерційної фірми.	2
10	Аналіз активних і пасивних форм маркетингових досліджень в Інтернеті.	2

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
•	Підготовка до практичного заняття Терміносистема Е-комерції. Пошук термінів з Е-комерції за допомогою довідників (енциклопедій) пошукових систем Інтернет.	5
•	Підготовка до практичного заняття Характеристика аудиторії	5

	Інтернет за даними дослідницьких агенцій світу та України на відповідних Web-сайтах.	
•	Підготовка до практичного заняття Дослідження спеціалізованих Web-сайтів з Е-комерції.	5
•	Підготовка до практичного заняття Аналіз організаційно-економічних моделей Е-комерції.	5
•	Підготовка до практичного заняття Порівняльна характеристика різновидів Е-комерції.	4
•	Підготовка до практичного заняття Форми Інтернет-торгівлі та їх інформаційне забезпечення. Аналіз Інтернет-аукціонів та огляд Інтернет-крамниць.	4
•	Підготовка до практичного заняття Порівняльний аналіз платіжних Інтернет-систем.	4
•	Підготовка до практичного заняття Огляд фінансових систем в Інтернет. Дослідження електронного документообігу систем «Домашній банк»	4
•	Підготовка до практичного заняття Опрацювання практичних питань створення Web-сайту комерційної фірми.	6
•	Підготовка до практичного заняття Аналіз активних і пасивних форм маркетингових досліджень в Інтернеті.	6
•	Підготовка до практичного заняття Дослідження ефективності текстових та інтерактивних банерів. Аналіз засобів розміщення банерів на сайтах.	7
	Разом	55

7. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Рівень досягнення запланованих результатів навчання перевірятиметься за допомогою таких форм контролю:

Іспит

Поточне тестування, оцінка за реферат, співбесіда, перевірка конспектів, перевірка виконання завдань практичних занять, підсумковий письмовий тест.

8. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з 1 залікового модулю дисципліни “Інформаційні технології” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з 2 залікового модулю з дисципліни “Інформаційні технології” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Для заліку

Теми 1-13	Підсумковий контроль (залік)
80%	20%
16 тиждень	Залікова сесія

Для екзамену

Теми 1-7	Підсумковий контроль (екзамен)
60%	40%
16 тиждень	Екзаменаційна сесія

Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Опорні конспекти лекцій;	1-10
2.	Навчальні посібники; Кейси	1-10
3.	Силабус;	1-10
4.	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів;	1-10
5.	Засоби підсумкового контролю (комплект тестових завдань для підсумкового контролю)	1-10

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базова

Базова

1. *Алексунин В. А.* Електронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учеб. пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. — М.: Изд.-торгов. корпорация «Дашков и К°», 2005. — 216 с.
2. Балабанов И. Т. Електронная коммерция: Учеб. пособие для вузов / И. Т. Балабанов. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с. — (Учеб. для вузов).
3. *Береза А. М.* Електронна комерція: Навч. посіб. / А. М. Береза. — К.: КНЕУ, 2002. — 328 с.
4. *Береза А. М.* Електронна комерція: Навч.-метод. посіб. для самост. вивчення / А. М. Береза. — К.: КНЕУ, 2004. — 108 с.
5. Киселев Ю. Н. Електронная коммерция: Практ. руководство. — СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2001. — 224 с.
6. Кобелев О. А., Резго Г. Я., Скиба В. И. Електронная коммерция / О. А. Кобелев, Г. Я. Резго, В. И. Скиба. — М.: Перспектива, 2003. — 428 с.
7. Козье Д. Електронная коммерция: Пер. с англ. / Д. Козье. — М.: Изд.-торг. дом «Рус. Редакция», 1999. — 288 с.
8. Макарова М. В. Електронна комерція: Посіб. для студ. вищих навч. закладів / М. В. Макарова. — К.: Вид. центр «Академія», 2002. — 272 с. — (Альма-матер).

9. *Пэйтел К.* Секреты успеха в электронном бизнесе / К. Пэйтел, М. П. Мак-Картни; Пер. с англ. А. Годин; Под ред. Г. С. Осипова. — СПб.: Питер, 2001. — 128 с. — (Электрон. коммерция).
10. Соколова А. Н., Геращенко Н. И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт / А. Н. Соколова, Н. И. Геращенко. — М.: Открытые системы, 2000. — 224 с.
11. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса / И. Успенский. — СПб.: Питер, 2001. — 432 с.
12. *Царев В. В.* Электронная коммерция / В. В. Царев; А. А. Кантарович. — СПб.: Питер, 2002. — 320 с. — (Учеб. для вузов).
13. Царев В. В., Кантарович А. А. Электронная коммерция / В. В. Царев; А. А. Кантарович. — СПб.: Питер, 2002. — 320 с. — (Учеб. для вузов).
14. Шарма В., Шарма Р. Разработка Web-серверов для электронной коммерции (Комплексный подход): Учеб. пособие / В. Шарма, Р. Шарма. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. — 400 с.

Допоміжна

15. Афонина С. В. Электронные деньги: Учеб. пособие. Краткий курс. / С. В. Афонина. — СПб.: Питер, 2001. — 128 с. — (Наука делать деньги).
16. Банерджи П., Баумер Р., Бек С. Принцип электронного бизнеса. О фантазерах, мистиках и реалистах. Идея и способ функционирования новой экономики. / Прабудда Банерджи, Роджер Баумер, Сюзанна Бек. — М.: Изд-во «Открытые Системы», 2001. — 224 с.
17. Бокарев Т. Энциклопедия Интернет-рекламы. — М.: Изд-во «ПРОМО-РУ», 2000. — 452 с.
18. Быков В. А. Электронный бизнес и безопасность / В. А. Быков. — М.: Радио и связь, 2000. — 246 с.
19. Гаевой С. В. Применение Интернет-технологий в рекламной деятельности фирм. Украинский центр Интернет-рекламы «Echo». — <http://www.ecworld.com.ua:8101/ic99/echo.html>
20. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете / И. Голдовский. — СПб.: Питер, 2001. — 240 с. — (Электрон. коммерция).
21. Закарян И., Филатов И. Интернет как инструмент для финансовых инвестиций / И. Закарян, И. Филатов. — СПб.: БХВ — Санкт-Петербург, 2000. — 256 с.
22. Имери Винс. Как сделать бизнес в Интернет: Пер. с англ. / Под ред. Н. М. Макаровой. — М.: Диалектика, 1997. — 540 с.
23. Концепція Національної програми інформатизації. Схвалено законом України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 4 лютого 1998 р. № 75/98-ВР. — <http://www.ipc.kiev.ua/ukr/laws.asp?Type=articie&num=53>.
24. Крупник А. Как продать товар и получить деньги в Internet: (Введение в электронную коммерцию) / А. Крупник. — М.: «МикроАрт», 2000. — 240 с.
25. Новомлинский Л. С чего начать создание системы Электронной Коммерции. — <http://www.e-commerce.ru/beginning.html>.
26. Пілянкевич Є. Роль держави у сфері регулювання доступу до інформації в комп'ютерних мережах. — http://www.ipc.kiev.ua/UKR/bulletin/09/9_2.htm
27. Пэйтел К., Мак-Картни М. П. Секреты успеха в электронном бизнесе / К. Пэйтел, М. П. Мак-Картни; Пер. с англ. А. Годин; Под ред. Г. С. Осипова. — СПб.: Питер, 2001. — 128 с. — (Электрон. коммерция).
28. Украинский Internet: проблемы, достижения, цифры и факты: Материалы круглого стола // Компьютер. обозрение. — 2000. — № 16; <http://www.itc-ua.com/article.phtml?ID=2088>.
29. Успенский И. В. Интернет как инструмент маркетинга. — СПб. БХВ — Санкт-Петербург, 1999. — 256 с.
30. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс / В. Холмогоров. — СПб.: Питер, 2001. — 208 с. — (Электрон. коммерция).

31. Эвод И. Электронная коммерция: Практ. руководство: Пер. с англ. / И. Эвод. — М.: Диасофт, 2002. — 608 с.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека Харківської державної академії культури.
2. Бібліотека Харківського національного університету В. Н. Каразіна.
3. Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка.
4. About the Information Literacy Section [Electronic resource]. – Retrieved from : <http://www.ifla.org/about-information-literacy>. – Title screen.
5. UNESCO. (n.d.). Media and information literacy [Electronic resource]. – Retrieved from : http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=15886&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. – Title screen.
6. UNESCO. (n.d.). Media and Information Literacy : Documents [Electronic resource]. – Retrieved from : http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=22445&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=-465.html. – Title screen.
7. Міністерство інформаційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mir.gov.ua>. – Назва з екрану.
8. Українська бібліотечна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ube.nplu.org>. – Назва з екрану.