

Вінницький національний технічний університет
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА SMM **(обов'язковий)**

I (бакалаврський) рівень вищої освіти
2020-2021 н.р.

Освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Спеціальність 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Викладач: Шварц І. В.

Мова викладання: українська

Семестр – 7

Кредитів ЕКТС – 3

Лекцій – 18 год. (денна форма), 8 год. (заочна форма)

Практичних – 18 год. (денна форма), 8 год. (заочна форма)

Самостійна робота – 54 год. (денна форма), 74 год. (заочна форма)

Вид контролю: **екзамен**

Передумови для вивчення дисципліни

Дисципліна «Електронна комерція та SMM» базується на знаннях студентів з дисциплін «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Інформаційні системи і технології», «Організація виробництва і торгівлі». Ця дисципліна доповнює таку дисципліну, як «Біржова діяльність».

Мета дисципліни: опанування студентами сукупності теоретичних і практичних знань щодо виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів, а також набуття досвіду комунікації зі споживачами та просування продуктів і послуг компанії через соціальні мережі.

Компетентності:

Інтегральна компетентність - Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 11. Здатність створення та ведення власного бізнесу на базі стартап проектів з використанням інноваційних та інформаційних технологій.

Результати навчання:

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 3. Мати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами.

ПРН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПРН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПРН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності

ПРН 21. Знати основи організації та ведення власного бізнесу на базі стартап проектів з використанням інноваційних та інформаційних технологій.

Тематика

Змістовий модуль 1. Електронна комерція.

Тема 1. Суть та зміст електронної комерції

Тема 2. Системи і форми електронної комерції

Тема 3. Організація і технологія роботи internet-магазину

Тема 4. Організація продажу товарів через internet-аукціон

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

Тема 6. Організація надання послуг в електронній комерції

Тема 7. Електронні платіжні системи.

Змістовий модуль 2 SMM та ефективність електронної взаємодії зі споживачем.

Тема 8. SMM та SMO в системі електронної комерції. Актуальні SMM тренди. Ключові задачі та аналіз доцільності просування у соціальних мережах. Особливості аудиторії та специфіка просування у месенджерах.

Тема 9. SMM-стратегія. Контент план та візуальний контент.

Тема 10. Дослідження цільової аудиторії та конкурентів. Управління репутацією бренду та шляхи підвищення лояльності споживачів.

Тема 11. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції та SMM.

Тема 12. Ефективність електронної комерції та SMM.

Теми семінарських занять – навчальним планом не передбачені

Теми практичних занять

1. Робота з електронною поштою
2. Технологія роботи Інтернет-магазину
3. Створення Інтернет-магазину
4. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони
5. Електронні системи розрахунку за товари і послуги
6. Маркетинг в Internet
7. Банерна реклама в Internet
8. Вибір соціальних мереж відповідно до цілей SMM. Інтерактивні пости. Використання хештегів. Вірусний контент. Реклама у лідерів.
9. Складання контент-плану відповідно до цілей SMM.
10. Формування позитивного іміджу в social media. Таргетинг.
11. Порівняння вітчизняного і зарубіжного законодавства у сфері електронної торгівлі та SMM.
12. Оцінювання ефективності електронної комерції та SMM.

Методи навчання та техніки, які будуть використовуватись

Основними методами навчання є:

лекція-візуалізація;
навчальна дискусія;
презентація;
спільні розробки;
обговорення ситуаційного завдання;
інтерактивні методи;
консультації.

Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання представлені у вигляді задач, тестів, творчих завдань. Передбачено виконання індивідуальних завдань на практичних заняттях та у вигляді домашніх завдань.

Студенти заочної форми навчання після вивчення всіх тем виконують контрольну роботу.

Крім того, за рішенням кафедри студенти готують доповіді на щорічну науково-теоретичну конференцію викладачів, співробітників та здобувачів ВНТУ.

Форми та методи контролю.

Відповідно до вимог регламенту навчального процесу для успішного засвоєння знань здобувачами та об'єктивного їх оцінювання здійснюється систематичний поточний контроль знань, наприкінці вивчення курсу передбачається підсумковий контроль. Контроль знань здобувачів здійснюється

на практичних заняттях. Поточний контроль організовано у формі вибіркового усного опитування та виконання практичних завдань. Модульний контроль організовано у формі тестових завдань. Оцінювання рівня виконання індивідуальної роботи робиться на основі перевірки змісту роботи та її захисту у формі доповіді. Підсумковий контроль передбачає складання іспиту.

Оцінювання результатів навчання

Модуль 1		Модуль 2	
Практичні заняття	Бали	Практичні заняття	Бали
Тема 1 (усна доповідь, практ.завдання)	3	Тема 8 (усна доповідь, практ.завдання)	5
Тема 2(усна доповідь, практ.завдання)	3	Тема 9 (усна доповідь, практ.завдання)	5
Тема 3(усна доповідь, практ.завдання)	3	Тема 10 (усна доповідь, практ.завдання)	5
Тема 4(усна доповідь, практ.завдання)	3	Тема 11 (усна доповідь, практ.завдання)	4
Тема 5(усна доповідь, практ.завдання)	3	Тема 12 (усна доповідь, практ.завдання)	4
Тема 6(усна доповідь, практ.завдання)	3		
Тема 7(усна доповідь, практ.завдання)	3		
Колоквіум 1(тести)	16	Колоквіум 2(тести)	15
Сума за модуль 1	37	Сума за модуль 1	38
Екзамен – 25 балів			
Сума за семестр 100 балів			

Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів

Рівень компетентності	За нац. шкалою	За шкалою ЕКТС	Критерії оцінювання
IV Високий (творчий) «5»	відмінно	A	90-100б. Програмні результати досягнуті повністю. Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин; виявлено глибокі знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин, сформовано необхідні практичні навички вирішувати професійні завдання з організації електронної комерції та підприємницької діяльності і розв'язувати проблеми у відносинах зі споживачами через соціальні мережі; усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до максимального.
III Достатній (конструктивний) «4»	добре «4+»	B	82-89б. Програмні результати досягнуті повністю. Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин; сформовано уміння викладати основні ідеї щодо організації електронної комерції та діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. Необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального.
	добре «4»	C	75-81б. Програмні результати досягнуті повністю. Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин. Вміння викладати базові ідеї щодо електронної комерції та підприємницької діяльності, а також практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані недостатньо; усі передбачені програмою навчання завдання виконані, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками.

II Середній (репродуктивний) «3»	задовільно «3+»	D	64-74б. Програмні результати досягнуті. Теоретичний зміст курсу освоєний частково, але прогалини не носять істотного характеру, виявлено знання та розуміння основних положень електронного підприємництва; необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань містять помилки.
	задовільно «3»	E	60-63б. Програмні результати досягнуті. Теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання завдань не виконано або якість виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального.
I Низький «2»	«незадовільно з можливістю повторного складання «2»	FX	35-59б. Програмні результати не досягнуті. Теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання)
	«незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни «2»	F	0-34б. Програмні результати не досягнуті. Теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, усі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до якого-небудь значущого підвищення якості виконання навчальних завдань (з обов'язковим повторним курсом)

Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів за видами робіт

Рівень компетентності	За нац. шкалою	Критерії оцінювання		
		Усна доповідь	Практичне завдання	Колоквіум (тести)
IV Високий (творчий) «5»	відмінно	5 б.: здобувач повністю розкрив суть питання, надав правильне теоретичне тлумачення визначенням та категоріям.	5 б.: виставляється при правильному та безпомилковому проведенні необхідних розрахунків з поясненням і коментуванням отриманих результатів	16-17(18) б.: 90-100% правильних відповідей
III Достатній (конструктивний) «4»	добре	3-4 б.: здобувач розкрив суть питання, але у відповіді допущені неправильні обґрунтування окремих положень.	3-4 б.: при правильному і безпомилковому розв'язанні задачі, але без пояснень до розрахунків, без посилань на певні формули чи методики, при відсутності або помилкових коментарях до отриманих результатів	13-15 б.: 75-89% правильних відповідей

II Середній (репродуктивний) «3»	задовільно	1-2 б.: здобувач не розкрив питання, але брав участь в обговоренні питань	1-2 б.: виставляється, якщо при виконанні допущені помилки, які свідчать про недостатнє знання формул або методик розв'язання відповідних задач	10-12 б.: 60-74% правильних відповідей
I Низький «2»	незадовільно	0 б.: за повну відсутність відповіді	0 б.: виставляється у випадку, якщо задача не розв'язана взагалі	0-9 б.: 0-59% правильних відповідей

Політика курсу

Викладач та всі здобувачі, що вивчають цей курс, зобов'язуються дотримуватись таких положень «Кодекс етики ВНТУ», «Положення про академічну доброчесність студентів та науково-педагогічних працівників ВНТУ», «Положення про рейтингову систему оцінювання досягнень студентів у ВНТУ» та розуміють, що за їх порушення несуть особисту відповідальність.

Базові інформаційні ресурси

1. Он-лайн лекції (практичні) у вигляді відео зв'язку за допомогою корпоративного засобу Google Meet. Режим доступу: <https://meet.google.com/bec-tcag-dhn>
2. Про електронний цифровий підпис: Закон України № 852 - IV від 22.05.2003 р.
3. Про електронні документи і електронний документообіг: Закон України № 851 - IV. від 22.05.2003 р.
4. Про електронну комерцію: Закон України № 675-VIII від 3 вересня 2015 р.
5. Про платіжні системи і переказ коштів в Україні: Закон України № 2346 – III від 05.04.2001 р.
6. Положення про електронні гроші в Україні : Постанова № 481 Правління Національного банку України від 04.11.2010 р.
7. Електронна комерція: курс лекцій/ О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва., В.М. Тебенко – Мелітополь: Люкс, 2020. – 225 с.
8. Акулич М. В. Інтернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
9. Василичев Д. В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції / Д. В. Василичев. – Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2017. – Вип. 32. – С. 287-292.

10. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55.
11. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: Підручник. / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.
12. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просунення і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.
13. Маєвська А.А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посібник / А. А. Маєвська. – Х. : 2010. – 256 с.
14. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навч. посібник / Т.М. Тардаскіна, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
15. Шалева О.І. Електронна комерція: Навч. посібник / О.І. Шалева. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 209 с.
16. Clement J. Retail e-commerce sales CAGR forecast in selected countries from 2019 to 2023 [Електронний ресурс] / J. Clement // Statista. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/220177/b2c-e-commerce-sales-cagr-forecast-for-selected-countries/>.
17. E-commerce worldwide [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>. 36. Шемет А. Форми електронної комерції та її склад в системі цифрової економіки [Електронний ресурс] / А. Д. Шемет. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/User/Desktop/lbdbdbdbdbdb/9176-13600-1-PВ.pdf>.
18. Bruno Moriset. E-Business and e-Commerce [Електронний ресурс] / Bruno Moriset // Jean Moulin Lyon 3 University – Lyon – France. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01764594/document>.
19. History of Ecommerce [Електронний ресурс] // Ecommerce-Land. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ecommerce-land.com/history_ecommerce.html.
20. Матеріали системи JetIQ.