



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Нікульча Валентин Анатолійович, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/nikulcha-valentyn-anatoliiovych/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	v.nikulcha@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8430
Консультації	понеділок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Електронна комерція» спрямована на формування у студентів компетентностей щодо організації бізнес-процесів забезпечення продажу товарів та послуг із використанням інформаційно-комунікаційних систем. Актуальність курсу обумовлюється розвитком цифрових технологій та широким розповсюдженням доступу до сучасних технологій, цифрових каналів комунікацій, зокрема мережі Інтернет, що кардинально змінили спосіб ведення бізнесу, створивши нові можливості для підприємців та компаній будь-якого розміру. Маркетологи наразі отримують можливості більш ефективно використовувати онлайн-платформи для просування товарів та послуг, що забезпечує значне підвищення конкурентоспроможності на ринку. Окрім того, електронна комерція відкриває нові горизонти для аналізу споживчих вподобань та поведінки, що дозволяє створювати більш персоналізовані маркетингові стратегії. Важливим аспектом перебігу бізнес-процесів є забезпечення функціонування електронних торгових майданчиків, роботи сучасних платіжних систем, а також дотримання правових аспектів онлайн-торгівлі. Це дозволяє маркетологам не лише адаптуватися до швидкозмінного ринкового середовища, але й бути його активними

учасниками, здатними впроваджувати інноваційні рішення.

Кількість зарахованих на курс – від 15 до 20 студентів.

Мета навчальної дисципліни «Електронна комерція»: ознайомлення майбутніх фахівців з особливостями організації бізнес-процесів в електронній комерції, зокрема забезпечення підготовки та виконання трансакцій із використанням цифрових інструментів та платформ, інформаційно-комунікаційних систем, зокрема мережі Інтернет, взаємодії із споживачами в межах реалізації омніканального підходу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Сутнісна характеристика електронної комерції
Тема 2. Структурна модель глобальної мережі Інтернет
Тема 3. Створення та адміністрування комерційних сайтів
Тема 4. Організація роботи Інтернет-магазину
Тема 5. Маркетплейси в електронній комерції
Тема 6. Інформаційні системи підприємств
Тема 7. Управління взаємовідносинами з покупцями
Тема 8. Інструменти Інтернет-маркетингу: аналітика та просування
Тема 9. Нормативно-правове регулювання електронної комерції

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація для поглиблення теоретичних знань тощо).

МН2 – кейс-метод (бізнес-кейси, індивідуальні або командні для вирішення реальних маркетингових задач)

МН3 – ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції

МН4 – проектні завдання (індивідуальні та командні проекти)

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, інфографіка, ілюстрації, відеоматеріали тощо) для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами

МН7 – самостійна робота для виконання індивідуальних завдань

МН9 – участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів (стейкхолдерів) для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних.

МН13 – вивчення вітчизняних практик, аналіз успішних маркетингових кейсів.

МН 14 – інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних маркетингових стратегій і їх адаптація до національного чи локального контексту.

МН 15 – перегляд і створення навчальних відео, відеолекцій, рекламних

роликів.

MН16 – оцінювання знань через тести, квізи або практичні завдання.

MН17 – неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів (наприклад, через Coursera, HubSpot Academy).

MН 18 – підготовка контенту для соціальних сторінок.

MН20 – робота з програмним забезпеченням для аналізу даних (Google Analytics, Tableau, SEMrush) для оцінки ефективності маркетингових стратегій.

MН 24 – інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

МО1 – презентація результатів самостійних завдань

МО2 – оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, включаючи обґрунтування маркетингових рішень.

МО3 – оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

МО4 – оцінювання результатів виконання лабораторних робіт.

МО5 – оцінювання творчих (креативних) проєктів, у тому числі рекламних кампаній, брендингових концепцій, контенту для соціальних мереж.

МО7 – оцінювання командних маркетингових проєктів (розробка стратегічного плану чи кампанії та інші).

МО 9 – підсумковий контроль – залік у тестовій формі.

МО13 – зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання, пов'язаних із маркетингом.

МО16 – оцінювання цифрових навичок, роботи з аналітичними інструментами (Google Analytics, SEMrush) або створення цифрового контенту (наприклад, рекламних матеріалів для соціальних мереж).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023_plusdotatky-31102023.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Курс «Майданчики електронної комерції в ЄС». URL: https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Prometheus+ECOM101+2024_T2/home
2. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/> - на сайті Міністерства можна знайти інформацію про державну політику у сфері електронної комерції, законодавство та інші корисні матеріали.
3. Нова Пошта. URL: <https://novaposhta.ua/> – українська компанія з доставки.
4. Укрпошта. URL: <https://www.ukrposhta.ua/> – національний оператор поштового зв'язку в Україні.
5. Ahrefs. URL: <https://ahrefs.com/> – інструмент для SEO-аналізу та дослідження зворотних посилань.
6. E-Commerce Nation URL: <https://www.ecommerce-nation.com/> – міжнародна платформа для професіоналів електронної комерції, де публікуються новини, статті, дослідження та інші матеріали.
7. Ecommerce Platforms URL: <https://www.ecommerceplatforms.com/> – сайт з оглядами та порівняннями різних платформ для створення інтернет-магазинів.
8. E-commerce worldwide. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview>
9. DHL. URL: <https://www.dhl.com/ua-uk/home.html> – міжнародна компанія з доставки.
10. LiqPay. URL: <https://www.liqpay.ua/authorization> – українська платіжна система
11. Moz. URL: <https://moz.com/> – блог та інструменти від Moz (SEO та контент-маркетинг).
12. Neopatel. URL: <https://neilpatel.com> – платформа для SEO-аналізу, ключових слів та конкурентів.
13. PayPal. URL: <https://www.paypal.com/ua/home> – одна з найпопулярніших платіжних систем у світі.
14. SEMrush. URL: <https://www.semrush.com/> – сервіс для аналізу конкурентів, дослідження ключових слів та оптимізації SEO.
15. Shopify. URL: <https://www.shopify.com/> - популярна платформа для створення інтернет-магазинів з широкими можливостями.
16. Stripe. URL: <https://stripe.com> – платіжна платформа для бізнесу будь-якого масштабу.
17. WooCommerce. URL: <https://woocommerce.com/> – плагін для WordPress, що дозволяє створити інтернет-магазин на базі даного CMS.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»*

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1xeX03wQceVk1_BVcUqS9e-_bRm9wonSt