(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра економіки та бізнес-технологій

УЗГОДЖЕНО
Декан ФЕБА
_____Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ
«30» 05 2022р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи
_____Анатолій ПОЛУХІН
«08» 06 2022 р.

Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ»

Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та бізнес-технології»
Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛК Ц	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	6	120 / 4*	19	38	–	63	ДЗ-6	-	Диф. залік 6с.
Заочна	6,7	120./ 4*	8	6	–	106	ДЗ-7	-	Диф. залік 7 с.

Індекс: НБ-6-076-2/21 – 2.1.25
Індекс: НБ-6-076-2з/21 – 2.1.25

Робочу програму навчальної дисципліни «Технології електронної торгівлі» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Підприємництво та бізнес-технології», навчальних та робочих навчальних планів НБ-6-076-2/21, РБ-6-076-2/21 та НБ-6-076-2з/21, РБ-6-076-2з/21, підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розроблено
доцентом кафедри економіки та бізнес-технологій: _____ Оксана ЯВОРСЬКА

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Підприємництво та бізнес-технології», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» – кафедри економіки та бізнес-технологій, протокол № 12 від «02» 09 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми
«Підприємництво та бізнес-технології» _____ Вероніка КОМАНДРОВСЬКА

Завідувач кафедри _____ Оксана ЧУМАК.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 4 від «15» 11 2021 р.

Голова НМРР _____ Анатолій ТОФАНЧУК

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Контрольний примірник

ЗМІСТ

Вступ 4

1. Пояснювальна записка

1.1. Місце, мета, завдання…… 4

1.2. Заплановані результати навчання……... 4

1.3. Компетентності…….. 5

1.4. Міждисциплінарні зв'язки…… 5

2. Програма навчальної дисципліни

2.1. Зміст навчальної дисципліни…… 5

2.2.Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля……. 6

2.3.Тематичний план…… 10

2.4. Домашнє завдання / Контрольна робота (ЗФН)……. 10

2.5. Перелік питань для підготовки підсумкової контрольної роботи (ЗФН)….. 11

3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни

3.1. Методи навчання……... 11

3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) …….. 11

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті…….. 12

4. Рейтингова система оцінювання набутих здобувачем знань та вмінь… 13

ВСТУП

Робоча програма навчальної дисципліни «Технології електронної торгівлі» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання.

Місце даної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця. Навчальна дисципліна «Технології електронної торгівлі» формує сукупність знань та вмінь в сфері загальноекономічних аспектів використання електронних засобів торгівлі.

Метою викладання дисципліни є формування системи теоретичних знань та розвиток прикладних вмінь та навичок для виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

Завданням вивчення навчальної дисципліни є:

- вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції, типів електронних платіжок, методів захисту інформації;
- вміти формувати і аналізувати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації;
- володіти найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу, вільно користуватися понятійним апаратом;
- здійснювати покупки в Інтернет з використанням різних видів електронних платіжних систем;
- аналізувати фінансову, нормативну і економіко-технологічну інформацію у області електронної комерції.

1.2. Які результати навчання дає можливість досягти навчальна дисципліна.

В результаті вивчення даної навчальної дисципліни здобувач повинен набути таких **результатів навчання** (в сукупності з іншими освітніми компонентами):

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

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

Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності (ПРН 5).

Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур (ПРН 12).

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

Знати основи побудови бізнес-процесів, методи і підходи до їх удосконалення, що спрямовані на підвищення ефективності функціонування підприємницьких, торговельних та біржових структур (ПРН 21).

1.3.Які компетентності дає можливість здобути навчальна дисципліна.

В результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен набути таких **компетентностей** (в сукупності з іншими освітніми компонентами):

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 (ІК).

Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях (ЗК 2).

Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК 5).

Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК 6).

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

Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур (ФК 4).

Здатність аналізувати та визначати напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур, в тому числі й у сфері авіації, за рахунок впровадження та використання сучасних бізнес-технологій (ФК 13).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін «Торгівельне підприємництво», «Торгівельне підприємництво», «Інформаційно-комунікаційні системи і технології», та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Бізнес-моделювання в підприємництві».

2. Програма навчальної дисципліни.

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме:

- навчальний **модуль №1 «Технології електронної торгівлі»,** який є логічною, завершеною, відносно самостійною, цілісною складовою навчальної дисципліни, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання по закінченню вивчення модуля.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля
МОДУЛЬ № 1 «ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ»

Інтегровані вимоги модуля №1: сформувати у здобувачів сучасне системне мислення, розвинути вміння та навички для виконання ділових операцій та угод з використанням сучасних електронних засобів.

Знати:

– Знати теоретичні та практичні засади електронної комерції, типи електронних платіжок та методи захисту інформації;

– Знати особливості бізнес-моделей електронної торгівлі;

– Знати методологію і технологію реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет.

Вміти:

– вміти оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації;

– володіти найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу вільно використовуючи понятійний апарат;

– здійснювати покупки в Інтернет з використанням різних видів електронних платіжних систем;

– аналізувати фінансову, нормативну і економіко-технологічну інформацію у сфері електронної комерції.

Тема 1. Основи електронної комерції.

Електронна комерція в інформаційному секторі економіки. Хронологічна історія електронної комерції в світі за подіями. Переваги використання електронної комерції. Глобальна присутність.

Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції. Основні категорії і класи електронної комерції. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. Учасники електронного ринку. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні та у світі.

Підвищення конкурентоспроможності. Скорочення шляху товару до споживача. Нові бізнес-моделі. Чинники зниження витрат в бізнес-моделях електронної комерції. Електронна торгівля. Мережеві спільноти. Зниження витрат на отримання маркетингової інформації.

Безпека інформації при електронній комерції. Інформаційна безпека ІС. Законодавчий рівень. Адміністративний рівень. Процедурний рівень. Проблеми безпеки систем ЕТ. Основними поняттями інформаційної безпеки. Цифровий сертифікат. 12 основних вимог з безпеки. Безпека (захист від злому інформації та інших злочинних зазіхань).

Методи захисту інформації (законодавчі - закони, нормативні акти, стандарти та ін.; адміністративні - дії загального характеру; процедурні - конкретні заходи безпеки, що мають справу з людьми; програмно-технічного (конкретні технічні заходи).

Категорії захисту: конфіденційність (захист від несанкціонованого доступу), цілісність (актуальність і несуперечність інформації, її захищеність від руйнування і несанкціонованої зміни), доступність (можливість за прийнятний час отримати необхідну інформаційну послугу). Типи загроз (переривання, перехоплення, модифікація, підробка).

Тема 2. Електронний ринок.

Визначення Інтернет-маркетингу. Об'єкт і суб'єкт маркетингової діяльності. Напрямки діяльності. Процес управління маркетингом. Ціноутворення на електронному ринку. Посередники електронного ринку. Інтеграція елементів маркетингу. Особливості та переваги Інтернет-маркетингу Чинники успішності Інтернет-маркетингу.

Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасні електронній комерції.

Ринок електронної комерції в Україні. Вікова структура Інтернет-користувачів. Обсяг ринку Інтернет-рітейлу України. Товарні сегменти в Україні. Структура ринку електронної комерції Сектор B2B. Сектор B2C. Сектор B2G. Сектор C2B. Сектор C2C. Сектор C2G. Сектор G2B. Сектор G2C. Сектор G2G.

Правові внутрішньо-державні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Поняття Інтернет-магазину. Процес здійснення покупки.

Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.

Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції.

Товари в мережі Інтернет. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Інтернет-реклама Види Інтернет-реклами. Пошукова оптимізація (SEO). Контекстна реклама. Реклама в соцмережах. Медійна реклама. Продакт-плейсмент. Вірусна реклама. Агентство Інтернет-реклами.

Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки та політика інформаційної безпеки. Засоби захисту інформації та вибір основних рішень по забезпеченню режиму інформаційної безпеки. Захист цілісності даних і програм від шкідливого програмного забезпечення - комп'ютерних вірусів. Безпека в Internet. Атаки на Internet. Рекомендації по безпеці.

Тема 4. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі INTERNET.

Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронній комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка).

Інтелектуальні та мультиагентні системи. Програмні агенти та мультиагентні системи. Етапи створення віртуального підприємства (проектування, прив’язка до ресурсів, залучення ресурсів, експлуатація, моніторинг, управління). Приклади реальних віртуальних підприємств.

Система Intranet. Система workflow. Телеробота. Споживчий ринок та Internet-ринок, їх кількісні та якісні показники і параметри. Сегментація та вибір цільових ринків. Особливості конкуренції на Internet-ринку. Стратегії компаній на Internet-

ринку та способи їх реалізації. Internet та еволюція методів маркетингу. Основні тенденції розвитку методів маркетингу. Масовий маркетинг і індивідуальний маркетинг. Задачі маркетингу і демографія Internet.

Аналіз методів на Internet-ринку. Нові ролі і маркетингові можливості. Відмінність маркетингу в Internet від традиційного маркетингу. Електронна пошта як інструмент маркетингу. Демографічний аналіз споживачів. Реклама в електронній комерції - планування ринкової діяльності, реклама та сприяння збуту, дослідження в рекламі, ефективність реклами. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків, характеристика та аналіз. Аукціони в Internet. Операції між фірмами. Ланцюжки додавання вартості.

Тема 5. Система електронної комерції в корпоративному секторі.

Корпоративні сайти. Основна і додаткові функції. Властивості для підтримки позитивного іміджу. Структурні елементи корпоративного сайта. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Забезпечуючі служби. Торговельні майданчики. Розроблення та підтримка сайтів. Мобільна комерція (M-commerce). Особливості торгівлі послугами. Форми оплати вартості.

Створення віртуального офісу. Віртуальні співтовариства. Особливості віртуальних співтовариств. Проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства. Освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства. Приклади віртуальних співтовариств. Структурні і функціональні характеристики віртуальних співтовариств. Створення Інтернет-магазину. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони. Концепція: віртуальне координування, прототип інформаційної системи, пілотний проект.

Тема 6. Електронна підтримка покупців в споживацькому секторі.

Процес здійснення покупки. Каталог товарів. Типи кошиків. Реєстрація і оформлення. Збирання інформації. Оброблення замовлення. Види доставки. Способи оплати товарів. Проектування Інтернет-магазину Команда проекту. Етапи проектування. Збір вимог. Дослідження конкурентів. Цільова аудиторія. Завдання-проблеми-рішення. Формування стратегії. Сценарії поведінки. Структура сайту. Юзабіліті тестування.

Поняття бренда. Основні характеристики традиційного бренда. Відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу. Воронка продажів. Кнопкові методи. Створення облікового запису. Додавання в Корзину. Завершення купівлі. Соціальні мережі. Тактики ціноутворення.

Залучення цільових відвідувачів. Методи просування. Параметри способів. Реклама в онлайн-ЗМІ. Статейний піар. Контекстна реклама. Пошукова оптимізація. Методи пошукової оптимізації. Методи просування сайтів у пошукових системах. Переваги «білих» методів. Фактори релевантності сторінки.

Внутрішня та зовнішня оптимізація. Статичні і динамічні зовнішні фактори. Основні принципи впливу зовнішніх факторів. Показники авторитетності.

Тема 7. Електронні платіжні системи та фінансові інструменти.

Електронні платіжні системи та фінансові інструменти. Види електронних систем взаєморозрахунків. Пересилка комерційної інформації в Інтернет. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація.

Пластикові карти. Платіжні системи на основі кредитних карток. Учасники платіжної системи. Міжнародні і українські платіжні системи, що використовують кредитні картки.

Інтернет-банкінг Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет. Системи управління інвестиціями через Інтернет. Інтернет-трейдинг, його типи (робота з цінними паперами, торгівля валютою на ринку FOREX) та основні функціональні можливості систем.

Організація електронного способу страхування в системах Інтернет-страхування. Електронні гроші Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротрансакції. Схема розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків. Українські системи електронних платежів.

Тема 8. Тактичні прийоми електронної комерції. Пошукова оптимізація та просування в мережі інтернет.

Корпоративні сайти і бізнес-портали. Торговельні концентратори. Електронний офіс. Електронні аукціони. Електронний бізнес-центр. Форми Internet-торгівлі. Internet-аукціони. Інтерактивне банківське обслуговування. Інформаційні послуги. Дистанційне навчання. Електронні системи розрахунку за товари і послуги. Маркетинг в Internet. Розвиток разом з Internet. Розвиток стандартів. Гнучкість організаційної структури. Як підвищити ефективність. Використання електронної комерції. Експерименти в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Маркетинг. Правові питання.

Поняття стимулювання збуту. Фактори, що сприяють стимулюванню збуту. Методи заохочення споживачів. Пробні зразки, демонстраційні версії і т. д. Купони. Товар за пільговою ціною (знижки). Призи (конкурси, лотереї, ігри).

Зв’язки з громадськістю Напрямки зв'язків з громадськістю. Фактори, що впливають на розвиток цих зв'язків. Основні засоби зв'язків з громадськістю. Спонсорський пакет.

Тема 9. Перспективи застосування методів і технологій електронної комерції.

Сфери використання електронної комерції. Можливості використання електронної комерції для підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур, в тому числі й у сфері авіації. Переваги електронної комерції. Основні напрями розвитку систем електронної комерції. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні. Банерна реклама в Internet.

Оцінювання ефективності електронної комерції. Технології: Internet і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротранзакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в Internet, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи. Еволюція бізнесу в Internet. Посередництво. Мережі співтовариств.

2.3. Тематичний план

№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	*Усього*	Лекції	Практ. заняття	СРС
1	2	*3*	*4*	5	6	7	8	9	10
Модуль №1 «ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ»									
1.1	Основи електронної комерції	**6 семестр**				**6 семестр**			
		11	2	2 2	5	10	2	-	8
1.2	Електронний ринок	11	2	2 2	5	10	-	-	10
1.3	Електронна комерція як складова електронного бізнесу	11	2	2 2	5	10	2	-	8
						30	**4**	**-**	**26**
1.4	Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet	11	2	2 2	5	**7 семестр**			
						11	-	-	11
1.5	Система електронної комерції в корпоративному секторі	12	2	2 2	6	13	-	2	11
1.6	Електронна підтримка покупців в споживацькому секторі	12	2	2 2	6	13	2	-	11
1.7	Електронні платіжні системи та фінансові інструменти	12	2	2 2	6	13	-	2	11
1.8	Тактичні прийоми електронної комерції. Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет.	12	2	2 2	6	13	-	-	11
1.9	Перспективи застосування методів і технологій електронної комерції.	12	2 1	2 2	5	14	2	1	11
1.10	Модульна контрольна робота	8	-	2	6	-	-	-	-
1.11	Домашнє завдання/Контрольна робота (ЗФН)	8	-	-	8	8	-	-	8
1.12	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-	-	7	-	1	6
						90	**4**	**6**	**80**
Усього за модулем		**120**	**19**	**38**	**63**	**120**	**8**	**6**	**106**
Усього за семестр		**120**	**19**	**38**	**63**	**120**	**8**	**6**	**106**
Усього за навчальною дисципліною		**120**	**19**	**38**	**63**	**120**	**8**	**6**	**106**

2.4. Домашнє завдання / Контрольна робота (ЗФН)

Домашнє завдання / Контрольна робота (ДзКР) з дисципліни виконується у шостому семестрі здобувачами денної форми навчання та у сьомому семестрі здобувачами заочної форми навчання, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь, набутих здобувачем у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в області економічних процесів.

Виконання ДЗ/ДзКР є важливим етапом у підготовці фахівців спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Конкретна мета ДЗ/ДзКР міститься у відпрацюванні навичок щодо визначення основних макроекономічних та мікроекономічних показників.

Теми контрольних робіт та завдання для їх виконання розробляються автором робочої програми. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання кафедри, доводяться до відома здобувача. Виконання, оформлення та захист ДЗ/ДзКР здійснюється здобувачем в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання КДР, – до 8 годин самостійної роботи.

2.5. Перелік питань для підготовки підсумкової контрольної роботи (ЗФН)

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляється провідними викладачами кафедри відповідно до робочої програми та доводяться до відома здобувачів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

– пояснювально-ілюстративний метод;

– аналітичний метод;

– елементи технологій дистанційного навчання з використанням засобів комп’ютерної техніки.

Для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів під час вивчення дисципліни застосовуються інноваційні методи: семінар-дискусія, презентація.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Електронний бізнес : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2018. 292 с.

3.2.2. Електронна комерція. Методичні вказівки та завдання до виконання контрольної роботи для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “магістр” заочної форми навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». /Укладач: Соломаха І.В. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 32 с.

3.2.3. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

3.2.4. Копішинська О.П., Уткін Ю.В. Електронна комерція: Завдання та методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни. Полтава: ПДАА, 2019. 24 с.

3.2.5. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с.

3.2.6. Нєлєпова А.В. Електронна комерція: Методичні рекомендації для виконання практичних робіт здобувачів 3 курсу денної форми навчання спеціальності 6.030502 «Економічна кібернетика» освітнього ступеня «Бакалавр». Миколаїв, 2017. 81 с.

3.2.7. Олійник Л. В. Електронна комерція як новий формат підприємницької діяльності. Modern Economics : електронне наукове фахове видання з економічних наук. 2020. №20. С. 175-180.

3.2.8.Томашевська Т.В. Методичні вказівки для самостійної роботи з дисципліни "Електронна комерція", денна форма навчання/ Національна академія статистики, обліку та аудиту. К.: , 2021. 33 с.

Допоміжна література

3.2.9. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 № 852-IV. URL: http://zakon4.rada.gov.ua.

3.2.10. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV. URL: http://zakon4.rada.gov.ua.

3.2.11 Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 31.05.2005 № 2594-IV. URL: http://zakon4.rada.gov.ua.

3.2.12. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80/94-ВР. URL: http://zakon4.rada.gov.ua.

3.2.13. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.1998 № 74/98-ВР. URL: http://zakon4.rada.gov.ua.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1. Національний банк України. URL: http://www.bank.gov.ua

3.3.2. Кабінет Міністрів України. URL: http://www.kmu.gov.ua

3.3.3. Міністерство економіки України. URL: http://www.me.gov.ua

3.3.4. Міністерство фінансів України. URL: http://www.minfin.gov.ua

3.3.5. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

3.3.6. Світовий Банк. URL: http://www.worldbank.org.ru

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ ЗДОБУВАЧЕЙ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	**Максимальна кількість балів**	
	Денна форма навчання	**Заочна форма навчання**
Модуль №1 «Технології електронної торгівлі»		
Відповіді на теоретичні питання на практичних заняттях	**6 семестр**	**7 семестр**
	(2бала. х 19зан.) **38 (сумарна)**	(8 балів. х 4зан.) **32 (сумарна)**
Відповіді на тестові завдання, розв'язок задач	(2бала. х 11зан.) **22 (сумарна)**	(7 балів. х 4зан.) **28 (сумарна)**
Виконання та захист домашнього завдання (контрольної роботи)	20	10
Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 здобувач має набрати не менше	35 балів	**-**
Виконання модульної контрольної роботи	20	**-**
Підсумкова семестрова контрольна робота	-	30
Усього за модулем №1	**100**	**100**
Усього за дисципліною	**100**	

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються здобувачу, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих здобувачем за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.6. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки здобувача, наприклад, так: **92/Відм./A, 87/Добре/B, 79/Добре/C, 68/Задов./D, 65/Задов./E тощо.**

4.7. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.