

## Електронна комерція

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** формування компетентностей щодо здійснення ділових, комерційних, маркетингових та інших операцій із використанням електронних засобів обробки інформації та всесвітньої мережі Інтернет у галузях майбутньої професійної діяльності.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** вивчення та засвоєння теоретичних і практичних засад про: місце електронної комерції в цифровій економіці, інструментальні засоби роботи з інформацією в мережі Інтернет, основні категорії та форми реалізації комерційної діяльності в інформаційно-комунікаційному середовищі мережі Інтернет; вміння організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел, визначати доцільність впровадження елементів електронної комерції в діяльність підприємств (організацій); аналізувати ефективність реальних систем електронної комерції та напрямки їх удосконалення засобами Інтернет-маркетингу та рекламної діяльності.

#### **Компетентності.**

*Загальні:*

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

*Спеціальні (фахові):*

- ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
- ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

*Програмні результати навчання:*

- Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

### Програма навчальної дисципліни

**Тема 1.** Основні поняття електронної комерції. Місце електронної комерції в сфері цифрової економіки.

**Тема 2.** Базові концепції побудови та функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Методи адресації та навігації в мережі Internet.

**Тема 3.** Основи веб-дизайну для комерційних проектів. Методи створення Веб-сайтів в Internet.

**Тема 4.** Основні поняття, види і форми електронної комерції.

**Тема 5.** Фінансові операції в Internet: електронні платіжні системи та фінансові інструменти.

**Тема 6.** Маркетинг в електронній комерції.

**Тема 7.** Перспективи впровадження та використання систем електронної комерції.

**Трудомісткість:**

Загальна кількість годин 90 год

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю залік