МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Силабус навчальної дисципліни
«Інформаційні системи в електронній комерції» частина 1 та 2

<table>
<tr><td>Галузь знань</td><td colspan="4">G Інженерія, виробництво та будівництво</td></tr>
<tr><td>Спеціальність</td><td colspan="4">G5 Електроніка, електронні комунікації, приладобудування та будівництво</td></tr>
<tr><td>Освітня програма</td><td colspan="4">Інформаційно-мережна інженерія</td></tr>
<tr><td>Освітній рівень</td><td colspan="4">Другий (магістерський)</td></tr>
<tr><td>Статус дисципліни</td><td colspan="4">Вільного вибору</td></tr>
<tr><td>Мова викладання, навчання та оцінювання</td><td colspan="4">Українська</td></tr>
<tr><td>Курс / семестр</td><td colspan="4">Перший / перший та другий</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів ЄКТС</td><td>Всього</td><td colspan="2">Частина 1</td><td>Частина 2</td></tr>
<tr><td>7</td><td colspan="2">4</td><td>3</td></tr>
<tr><td rowspan="7">Розподіл за видами занять навчання та годинами навчання</td><td></td><td>Всього</td><td>Частина 1</td><td>Частина 2</td></tr>
<tr><td>Лекції</td><td>19 (38 годин)</td><td>12 (24 години)</td><td>7 (14 годин)</td></tr>
<tr><td>Лабораторні</td><td>8 (32 години)</td><td>4 (16 годин)</td><td>4 (16 годин)</td></tr>
<tr><td>Практичні</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr>
<tr><td>Консультації</td><td>7 (14 годин)</td><td>4 (8 годин)</td><td>3 (6 годин)</td></tr>
<tr><td>Самостійна робота</td><td></td><td>72 годин</td><td>54 годин</td></tr>
<tr><td>Разом</td><td>210 годин</td><td>120 годин</td><td>90 годин</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Форма підсумкового контролю</td><td colspan="2">1 частина</td><td colspan="2">2 частина</td></tr>
<tr><td colspan="2">залік</td><td colspan="2">залік</td></tr>
<tr><td>Кафедра</td><td colspan="4">Інформаційно-мережної інженерії</td></tr>
<tr><td>Викладач</td><td colspan="4">Золотарьов Вадим Анатолійович, доцент, к.т.н.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Мета вивчення дисципліни: опанувати методи використання інфокомунікаційних технологій в електронному бізнесі та електронній комерції та вміти застосовувати їх на практиці.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна</td></tr>
<tr><td colspan="2">Результати навчання</td><td colspan="3">Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти</td></tr>
<tr><td colspan="2">ПРН1. Організовувати власну професійну, науково-дослідницьку та інноваційну діяльність на основі принципів системного підходу та методології наукових досліджень.</td><td colspan="3">ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ФК6. Здатність захищати інтелектуальну власність, дотримуватися правових і етичних норм з питань інтелектуальної власності.</td></tr>
<tr><td colspan="2">ПРН11. Розробляти і реалізовувати інженерні проєкти, враховуючі цілі, обмеження, соціальні, економічні, правові та екологічні аспекти</td><td colspan="3">ЗК6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.
ФК15. Здатність використовувати інформаційні технології, методи інтелектуалізації та візуалізації, штучного інтелекту, хмарних розрахунків для дослідження та аналізу процесів в інформаційних мережах зв’язку</td></tr>
<tr><td colspan="5">Зміст навчальної дисципліни (Частина 1)
Тема 1 Сутність і зміст електронної комерції та електронного бізнесу (Поняття та принципи функціонування електронного бізнесу. Сучасні види і моделі електронної комерції)
Тема 2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерції (Переваги і недоліки функціонування е- комерції. Спільні риси традиційної та електронної комерції. Відмінні риси традиційної та електронної комерції.)</td></tr>
</table>

Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу (Функціональні форми е-бізнесу. Цифрове забезпечення е-комерції**)**
Тема 4. Бізнес планування в електронній комерції (Сутність і значення бізнес-плану. Етапи бізнес-планування в е-комерції. Структура бізнес-плану комерційного інтернет-проєкту)
Тема 5. Віртуальні підприємства: сутність та види (Віртуальне підприємство: суть та значення. Особливості створення та функціонування віртуальних підприємств. Типи та форми віртуальних підприємств. Віртуальне підприємство під час війни. Функціональні можливості віртуальних підприємств. Переваги та недоліки віртуальних підприємств.
Тема 6. Електронні платіжні системи (Законодавство України в галузі платіжних систем. Електронна система взаєморозрахунків. Платіжні системи. Структура платіжних систем)
Тема 7. Платіжні інструменти (Платіжні картки та їхні види. Електронні гаманці. Криптовалюта)
Тема 8. Система електронних платежів Національного банку України (Структура банківської системи України. Особливості побудови інфокомунікаційної системи НБУ. Складові СЕП)
Тема 9 Принципи організації інтернет-магазинів (Зміст діяльності інтернет-магазинів. Особливості функціонування інтернет-магазинів. Види інтернет-магазинів. Організація обслуговування покупців в інтернет-магазинах **)**
Тема 10 Тенденції розвитку інтернет-магазинів (Електронні моли як перспективна форма е-комерції. Основні тренди інтернет магазинів в Україні. Складові успіху інтернет-магазинів в Україні під час війни.)
Тема 11 Інтернет-аукціони (Суть і особливості віртуальних аукціонів. Класифікація віртуальних аукціонів і їх типи. Організація Інтернет-аукціонів.
Тема 12 Електронні торгівельні майданчики (Поняття та функції електронних торгівельних майданчиків. Види і структура електронних торгівельних майданчиків. Вертикальні (галузеві) та горизонтальні торгівельні майданчики. Інтернет-представництва бізнес-структур)

Зміст навчальної дисципліни (Частина 2)

Тема 1 Електронна підтримка покупців у споживацькому секторі (Тренди підтримки покупців у B2C. Правила та проблеми придбання товарів через інтернет. Характеристика популярних торгівельних майданчиків світу. Тенденції розвитку інтернет-торгівлі в Україні. Сучасні тренди е-комерції**)**
Тема 2 Тактичні прийоми е-комерції (Стимулювання збуту в е-комерції. Напрямки зв'язків з громадкістю в е-комерції. Брендінг е-комерції в Україні та світі)
Тема 3. Пошукова оптимізація сайту інтернет-магазину та його просування через інтернет (Методи просування сайту. Контентна оптимізація сайту. Внутрішня та зовнішня оптимізація сайту)
Тема 4. Е-комерція в корпоративному секторі (Процеси здійснення е-торгівлі в секторі B2B. Корпоративні представництва в мережі «Інтернет». Особливості діяльності інтернет-інкубаторів)
Тема 5. Інтернет-маркетинг (Сутність та інструменти інтернет-маркетингу. Вплив Інтернет-маркетигу на бізнес, його переваги та обмеження. Стратегія інтернет-маркетингу. Основні тренди інтернет-маркетингу в Україні. Інтернет-маркетиг під час війни)
Тема 6 Інтернет аудиторія та цифрові маркетингові комунікації (Аудиторія інтернет користувачів України. Цифровий маркетинг. Інфокомунікаційні технології цифроіго маркетингу)
Тема 7. Проблеми безпеки е-комерції (Загрози інформації в е-комерції. Шахрайство в е-комерції. Вимоги до захисту інформації в е-комерції)

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти. Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни, форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів. Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі заліку.