

**Силабус навчальної дисципліни
«ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА SMM-МЕНЕДЖМЕНТ»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: Менеджмент

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

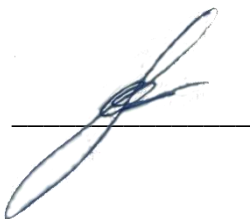
Курс: 4

Семестр: 8

Факультет	Навчально науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Барвінок Максим Володимирович Посада: старший викладач маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: barvinok.m@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=11588
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	Денна форма: 3/90 Заочна форма: 4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (20 год.), практичні (24 год.), самостійна робота (46 год.) Заочна форма: лекції (8 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Основні принципи функціонування електронного бізнесу, вивчення і класифікація моделей електронної комерції, визначення способів оплати електронних замовлень, вивчення систем електронного документообігу в електронній комерції. Особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів. Ознайомлення з рекламним інструментарієм популярних соцмереж: facebook, instagram, особливості контенту, просування та реалізація SMM.
Чому це треба вивчати?	Для 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.
Яких результатів можна досягнути?	Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.
Зміст дисципліни	Суть, зміст і форми електронної комерції Організація і технологія роботи internet-магазину Організація продажу товарів через internet-аукціон Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчик Електронні платіжні системи. 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. SMM-стратегія. Контент план та візуальний контент. Дослідження цільової аудиторії та конкурентів. Управління репутацією бренду та шляхи підвищення лояльності споживачів. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції та SMM. Ефективність електронної комерції та SMM.
Обов'язкові завдання	Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до екзамену, а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
Міждисциплінарні зв'язки	Менеджмент, Маркетинг, Соціальний менеджмент, Проектний-менеджмент
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шалева О. І. Електронна комерція К. : Центр учбової літератури, 2011. 214 с. 2. Дращиця С. А. Електронна комерція. Львів : Новий Світ-2000, 2013. 181 с. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція. К. : Знання, 2007. 535 с. 3. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов. М.: Горячая линия-Телеком, 2008. 480 с. 4. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с. 5. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник. К.: Знання, 2007. 535 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
Підсумковий контроль	Екзамен Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



Барвінок Максим Володимирович