

**Силабус навчальної дисципліни  
«Інтернет торгівля»**

**Галузь знань:** 07 Управління та адміністрування

**Спеціальність:** 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

**Освітня програма:** Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський)

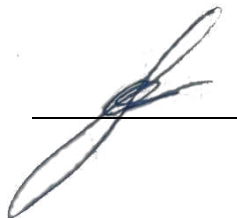
**Курс:** 3

**Семестр:** 5

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Барвінок Максим Володимирович <b>Посада:</b> старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> <a href="mailto:barvinok.m@udpu.edu.ua">barvinok.m@udpu.edu.ua</a>
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=161">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=161</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вільного вибору.
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (30 год.), семінарські (30 год.), самостійна робота (60 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> 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. <b>Відвідування занять.</b> 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. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> 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.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Вивчення теорії, методики та практики організації і здійснення торговельних операцій з використанням мережі Інтернет.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Основні завдання навчальної дисципліни передбачають здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі маркетингової діяльності підприємства, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Здатності застосовувати знання у практичних ситуаціях. Отримати навички використання інформаційних та комунікаційних технологій. Здатності вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Застосовувати спеціалізовані інформаційні системи, сучасні технології та програмні продукти. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань.
<b>Зміст дисципліни</b>	Основні поняття Інтернет-торгівлі та електронної комерції Маркетинг в Інтернет-торгівлі Електронний ринок на базі мережі Інтернет Електронна підтримка покупців в споживчому секторі Тактичні прийоми Інтернет-торгівлі Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет Електронні платіжні системи та фінансові інструменти Системи Інтернет-торгівлі в корпоративному секторі

<b>Обов'язкові завдання</b>	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 для самодіагностики. самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до заліку, а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Міжнародний маркетинг, господарське законодавство, Основи бізнесу
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	Шалева О. І. Електронна комерція К. : Центр учбової літератури, 2011. 214 с. Дражниця С. А. Електронна комерція. Львів : Новий Світ-2000, 2013. 181 с. Плескач В. Л., Затоначька Т. Г. Електронна комерція. К. : Знання, 2007. 535 с. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с. Коен Дж., Шмідт Е. Новий цифровий світ / Пер. з англ. Г. Лелів. Львів: Літопис, 2015. 368 с. Маєвська А.А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посібник. Харків, 2010. 256 с. Меджибовська Н.С. Електронна комерція. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 384 с.
<b>Поточний контроль</b>	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 – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік. Порядок та організація контроль 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