



**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни  
«Інтернет-торгівля»

Спеціальність: Спеціальність: 075 «Маркетинг»



<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни*</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
<b>Семестр</b>	Весняний семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин</b>	3 кредити/90 годин
<b>Мова викладання (українська, англійська)</b>	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет навчання)</b>	Формування знань і навичок про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі
<b>Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)</b>	Курс спрямований на розвиток у студентів навичок критичного мислення, формування методологічних підходів щодо тенденцій розвитку Інтернет-середовища та сучасної торгівлі зокрема
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	Формування здатності 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
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	Розраховано на спеціалістів у сфері Інтернет-середовища та торгівлі, студентів вищих навчальних закладів, а також усіх, хто цікавиться підприємницькою, торговельною та біржовою діяльністю
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b> Визначення основних термінів та понять інформаційної економіки. Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу. Види Інтернет-торгівлі. Інтернет-торгівля як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною торгівлею. Моделі Інтернет-торгівлі. Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція. Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернетмагазини, послуги і Інтернеті. Електронні платіжні системи. Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, семінарські</p> <p><b>Методи навчання:</b> навчальна дискусія, онлайн</p> <p><b>Форми навчання:</b> очна, дистанційна</p>

<b>Пререквізити</b>	Базові знання з економіки підприємства, маркетингу, менеджменту, стратегічного маркетингу, фінансів, отримані на бакалаврському рівні вищої освіти
<b>Пореквізити</b>	Знання з теорії розвитку можуть бути використані під час написання дипломної роботи
<b>Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ</b>	<p><b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виноградська Алла Миколаївна. Технологія комерційного підприємництва: навчальний посібник / МОН. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 778 с.</li> <li>2. Білик В. М., Костирко В. С. Інформаційні технології та системи: навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 232 с.</li> <li>3. Пярин В.А., Кузьмин А.С., Смирнов С.Н. Безопасность электронного бизнеса. – Москва: Гелиос АРВ, 2002. – 432 с.</li> </ol> <p><b>Репозитарій НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Василенко В. А. Совершенствование системы управления продажами на рынке IT-услуг / В.А. Василенко, О.А. Радченко // Вестник белорусского государственного экономического университета: научно-практический журнал. – Минск, 2017. – № 5 (124) – С. 113 – 118. (<a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/38001">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/38001</a>)</li> <li>2. Василенко В. А. Формування системи організації рекламної діяльності авіакомпаній в інтернет-мережі / Зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2013. – Вип. 44. – С. 31-25. (<a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/26658">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/26658</a>)</li> <li>3. Василенко В.А. Особливості функціональних можливостей автоматизованих програм з управління продажами і клієнтським сервісом / Зб. наук. праць. – V міжнар. наук.-метод. конф., 3-11 січня 2014 р. – Хайдусабосло, Венгрія, 2014. – С. 28-31. (<a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/26708">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/26708</a>)</li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторія теоретичного навчання, ноутбук, проектор, Zoom
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Диференційований залік, тестування
<b>Кафедра</b>	Маркетингу
<b>Факультет</b>	Економіки та бізнес-адміністрування
<b>Викладач(і)</b>	 <p><b>ВАСИЛЕНКО ВІТАЛІЙ АНДРІЙОВИЧ</b>  <b>Посада:</b> доцент  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук  <b>Профайл викладача:</b>  <a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100011700305914">https://www.facebook.com/profile.php?id=100011700305914</a>  <b>E-mail:</b> vva@univer.com.ua  <b>Робоче місце:</b> 2 корпус, аудиторія 203а</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CqlsgjnePmg">https://www.youtube.com/watch?v=CqlsgjnePmg</a>

