



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ Е-КОМЕРЦІЯ ТА WEB-ДИЗАЙН

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Шифр та назва спеціальності	075 Маркетинг
Назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Статус навчальної дисципліни	ОК-21 ОПП «Маркетинг»
Форма навчання	Денна, заочна

Викладач

Тардаскіна Тетяна Миколаївна

tardaskina@ukr.net



Доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни

Дисципліна «Е-комерція та web-дизайн» має міждисциплінарний характер. Вона інтегрує, відповідно до свого предмету, знання з таких освітніх і наукових галузей: інформаційно-комунікаційні технології, менеджмент, маркетинг, економіка підприємства. Дисципліна спрямована на оволодіння теоретичними знаннями, уміннями та практичними навичками у сфері організації електронного бізнесу, інструментарію електронної комерції на базі глобальної мережі Інтернет, аналізу ефективності електронної комерції та її нормативно-правового забезпечення, ведення бізнесу, маркетингової діяльності та реклами з використанням цифрових технологій у мережі Інтернет.. Даний курс дозволить:

- навчитися оптимізувати інформаційні потоки і зробити більш якісним процес ведення бізнесу;
- здійснювати інноваційний підхід до вирішення нестандартних маркетингових завдань і опанувати методологією розробки нових моделей бізнесу в мережі;
- здійснювати ефективно впроваджувати елементи електронної комерції в діяльність підприємства;
- вміти знаходити способи удосконалення комерційної

	діяльності підприємства на основі залучення можливостей ведення бізнесу через Інтернет; - формувати цілісне розуміння проблем в цифровій економіці, заснованої на цифрових технологіях.
Мета дисципліни	– формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навичками web-дизайну для створення web-сайту в мережі Інтернет.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
Результати навчання	ПРН-3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН-6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН-7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН-8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН-11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта. ПРН-12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ПРН-16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 36 годин, практичні заняття – 36 години, самостійна робота – 108 годин.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Терміни викладання дисципліни	Дисципліна викладається у 2-му семестрі (1–18 тижні)

Програма дисципліни

Тема 1.	<i>Основні поняття Інтернету та базові web-технології. Теоретичні основи web-дизайну.</i> Основні поняття web-дизайну та базові web-технології. Етапи web-дизайну. Види web-дизайну. Web-дизайнер: вимоги, компетенції, особливості професії, інфографіка.
Тема 2.	<i>Базові web -технології. Теоретичні основи web-дизайну.</i> Базові web -технології. Основи HTML: мова розмітку тексту. Основи CSS: каскадна таблиця стилів.Java Script: мова сценаріїв.
Тема 3.	<i>Сучасні стандарти web-дизайну.</i>
Тема 4.	<i>Типографіка.</i> Вибір шрифту для web -сайту.

Тема 5.	<i>Web-графіка.</i> Основні поняття web -графіки. Формати графічних файлів. Зображення, що створюються програмним шляхом.
Тема 6.	<i>Етапи розробки web -сайтів.</i> Основні етапи розробки web -сайтів. Графічний дизайн. Верстання. Система управління контентом. Інформаційне наповнення сайту. Тестування сайту.
Тема 7.	<i>Хостинг.</i> Сервіс хостингу. Критерії вибору хостингу.
Тема 8.	<i>Домен.</i> Загальні відомості про службу DNS. Міжнародна та українська доменна зона. Вибір доменного імені. Реєстрація та підтримка домену.
Тема 9.	<i>Просування сайту.</i> Пошукові системи. Текстовий пошук. Сервіси пошукових систем. Оптимізація веб-сайту та її основні види.
Тема 10.	<i>Безпека в Інтернеті.</i> Основні загрози інформаційної безпеки. Боти, тролі та їх діяльність. Безпека персональних даних. Проблеми конфіденційності в Інтернеті.
Тема 11.	<i>Розвиток цифрової економіки в умовах цифрового суспільства. Вплив цифрової трансформації на розвиток e-комерції.</i>
Тема 12.	<i>Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Переваги та недоліки функціонування електронної комерції.</i>
Тема 13.	<i>Види електронного бізнесу.</i>
Тема 14.	<i>Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною комерцією.</i>
Тема 15.	<i>Моделі електронної комерції.</i>
Тема 16.	<i>Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція.</i>
Тема 17.	<i>Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, послуги і Інтернеті.</i>
Тема 18.	<i>Електронні платіжні системи.</i>
Тема 19.	<i>Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами.</i>
Тема 20.	<i>Показники ефективності електронної комерції. Перспективи розвитку електронної комерції.</i>

Список рекомендованих джерел

1. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с.
2. Тардаскіна Т.М., Калугіна Н.А. Е-комерція та Web-дизайн: методичні рекомендації щодо організації та виконання самостійної роботи студентів. – Одеса: ДУІТЗ, 2023. – 15 с.
3. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 2011. 244 с.
4. Тардаскіна Т.М., Алхімова В.В. Новітні тренди розвитку електронної комерції в умовах цифрової трансформації бізнесу. The XV International Scientific and Practical conference “SCIENCE, INNOVATIONS AND EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS” (September 2022), Tokyo. 2022. P. 347-349. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/09/SCIENCE-INNOVATIONS-AND-EDUCATION-PROBLEMS-AND-PROSPECTS-21-23.09.22.pdf>.

Інформація про консультації

Щоп'ятниці у лютий-травень 2023 року з 14¹⁵ до 15³⁵ год., ауд. 319 або посилання на конференцію Zoom:
<https://us04web.zoom.us/j/8750953919?pwd=Z3IzNmlwcTkxMjE4K0xhRGVqZUJOQT09>

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином:
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано	Нарахування балів	<p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</p>
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D	Задовільно			
60-63	E				
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

Умови зарахування пропущених занять: Відпрацювання: виконання практичних занять, проходження тестування за пропущеними темами.