Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
В.о. декана факультету міжнародних
економічних відносин та туристичного бізнесу
Тетяна МІРОШНИЧЕНКО

«_____» _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**
галузь знань **29 «Міжнародні відносини»**
спеціальність **292 «Міжнародні економічні відносини»**
освітня програма **«Міжнародна електронна комерція»**
вид дисципліни **обов'язкова**
факультет **міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**

2023 / 2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

«29» серпня 2023 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Шедякова Т. Є.

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

Протокол від «29» серпня 2023 року № 1

В.о. завідувача кафедри

(оригінал підписано) Ірина ДЕРІД
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми (керівником проектної групи) «Міжнародна електронна комерція» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Гарант освітньо-професійної програми (керівник проектної групи) «Міжнародна електронна комерція» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

(оригінал підписано) Світлана СТРАПЧУК
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від «29» серпня 2023 року № 1

Голова науково-методичної комісії

(оригінал підписано) Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА
(ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни « Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції» складена відповідно до освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми «Міжнародна електронна комерція» підготовки бакалаврів спеціальності «Міжнародні економічні відносини».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції» є підготовка висококваліфікованих фахівців з міжнародних економічних відносин з поглибленим знанням засад мікро- та макроекономіки, які володіють сучасним економічним мисленням і прикладними навичками, необхідними для розв'язання завдань та проблем реалізації міжнародних зв'язків на різних рівнях, у тому числі навичками застосування сучасних інформаційних технологій для впровадження і використання систем міжнародної електронної комерції. Професійна діяльність в галузі міжнародної електронної комерції потребує поєднання навичок та умінь із формування системи теоретичних та практичних знань щодо здійснення електронної комерційної діяльності, які дозволять студентам високо професійно реалізувати свою управлінську діяльність; оволодіння фундаментальними навичками користування можливостями організації комерційної діяльності через інтернет-магазини, використовуючи передові інформаційні технології та цифрові маркетингові комунікації. Дисципліна «Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції» охоплює набір компетентностей з формування професійного світогляду студентів, а також заходи із ознайомлення студентів з навчальним планом та освітньо-професійною програмою з підготовки бакалаврів зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини».

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

– формування наступних загальних компетентностей (ЗК):

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність вчитися та бути сучасно навченим.

ЗК8. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

– формування наступних с спеціальних фахових компетентностей (СК):

СК1 Здатність виокремлювати характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/дезінтеграційних процесів, у тому числі євроатлантичної інтеграції.

СК2. Здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері міжнародних економічних відносин з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку міжнародних економічних відносин.

СК4. Здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.

1.3 Кількість кредитів – 4.

1.4 Загальна кількість годин – 120.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов’язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	–
Семестр	
2-й	–
Лекції	
32 год.	–
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	–
Лабораторні заняття	
–	–
Самостійна робота	
72 год.	–
Індивідуальні завдання	
–	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних програмних результатів навчання (ПРН):

РН2. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію.

РН10. Ідентифіковувати та виокремлювати особливості функціонування суб’єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку.

РН11. Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.

РН18. Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв’язків.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції

Предмет і зміст дисципліни «Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції». Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Передумови виникнення та переваги е-бізнесу і е-комерції. Історія розвитку е-бізнесу в Україні та світі. Причини переходу в кіберпростір. Місце е-комерції в інформаційному секторі економіки. Роль е-комерції у сучасному бізнесі. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, стандарти, інститути й процедури е-бізнесу і е-комерції. Інтернет-комерція та її відмінність від е-комерції. Принципи функціонування е-бізнесу. Види електронної мікроекономічної діяльності. Технології е-бізнесу. Етапи створення е-бізнесу. Складові е-комерції. Суб’єкти е-комерції. Моделі е-комерції. Сфери розповсюдження та рівні реалізації систем е-комерції.

Тема 2. Функціональні можливості е-комерції та її мікроекономічні форми

Система е-комерції. Функціональні можливості е-комерції. Основні предмети е-комерції, види електронних пристроїв, які забезпечують е-комерцію. Форми проведення торгових операцій через Інтернет: е-комерція, електронна банківська діяльність, електронні брокерські послуги, електронні аукціони, електронна пошта, електронні бюро,

електронні моли, електронні страхові послуги. Переваги е-страхування для страхової компанії і страховика.

Тема 3. Міжнародний електронний ринок та організація його роботи

Електронний ринок: характеристика та аналіз його ключових дійових осіб. Кількісні і якісні характеристики Інтернет-ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Макроекономічна рівновага електронного ринку.

Тема 4. Віртуальні підприємства: сутність та види

Поняття віртуального підприємства та віртуального продукту. Простір віртуалізації підприємств. Оцінка технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Приклади реальних віртуальних підприємств. Передумови організації віртуальних підприємств. Структурні умови існування віртуальних підприємств. Етапи створення віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств. Принципи утворення віртуальних підприємств. Проблеми, що виникають при створенні віртуальних підприємств. Види та форми віртуальних підприємств. Критерії класифікації віртуальних підприємств. Порівняльна характеристика статичних та динамічних віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх сильні та слабкі місця функціонування.

Тема 5. Електронні платіжні системи: зміст і типи

Сутність платіжної системи. Внутрішньодержавна та міжнародна платіжні системи. Характеристика електронної платіжної системи. Типи та види електронних платіжних систем. Сучасні платіжні інструменти. Історія виникнення пластикових карт. Класифікація пластикових карток. Поняття систем взаєморозрахунків пластиковими картками. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті. Учасники платежів і розрахунків у мережі Інтернет. Переваги та недоліки використання пластикових карток в Інтернет- комерції. Дебетові і кредитні електронні платіжні системи. Схема платежів через Інтернет із застосуванням кредитної платіжної системи. Переваги та недоліки кредитних систем. Схема процесу платежу за допомогою електронних чеків. Електронні гроші. Схема обігу електронних грошей. Переваги та недоліки використання електронних грошей. Система електронних платежів України. Недоліки використання пластикових карток при розрахунках в Інтернет. Захист комерційної інформації при розрахунках в Інтернет.

Тема 6. Принципи організації та управління інтернет-магазином

Електронний ринок: характеристика та аналіз його ключових дійових осіб. Кількісні і якісні характеристики Інтернет-ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Послуги на електронному ринку. Поняття електронного магазину, суть та принципи його організації. Вимоги до технічного і програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню та управлінню е-магазином. Процес здійснення покупки в Інтернет-магазині. Інтернет-магазин, що не має власних складів. Інтернет-магазин, що має власні склади. Переваги і недоліки Інтернет-магазину в порівнянні з традиційним магазином. Бізнес-процеси Інтернет-магазину. Завдання Інтернет-магазину. Правова база діяльності Інтернет-магазину.

Тема 7. Організація діяльності через міжнародні інтернет-аукціони

Організація роботи Інтернет-аукціону. Вимоги до інтернет -аукціону та принципи його діяльності. Суб’єкти та об’єкти інтернет -аукціону. Діяльність інтернет -аукціонів в Україні та світі: спільні й відмінні риси. Функції діяльності інтернет-аукціону.

Забезпечуючі служби діяльності інтернет -аукціону. Характеристика складових інфраструктури інтернет -аукціону.

Тема 8. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків

Торговельні майданчики як один із ключових елементів сучасного електронного ринку. Сутність та зміст роботи торговельного майданчика. Ідея торгового майданчика: джерела пошуку й етапи комерціалізації. Види торговельних майданчиків, головні класифікаційні критерії. Біржа. Аукціон. Процес створення сайту для е-торгівлі. Переваги та недоліки в роботі електронних торговельних майданчиків. Предмети торгівлі на електронних торговельних майданчиках.

Тема 9. Мікро- та макроекономічна підтримка покупців у споживацькому секторі

Електронні торгові ряди. Варіанти участі продавця в електронному торговому ряді. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини. Переваги і недоліки основних способів оплати товарів в Інтернет-магазинах. Структура веб-сайту Інтернет-магазину. Переваги і недоліки різних систем ведення роздрібної е- комерції. Товарні запаси Інтернет-магазину. Електронний торговий ряд (каталог). Процес здійснення покупки в Інтернет-магазині. Типи кошиків. Реєстрація і оформлення замовлення. Збір інформації в Інтернет-магазині. Обробка замовлення. Види доставки при здійсненні покупки в Інтернет-магазині. Способи оплати товарів.

Тема 10. Пошукова оптимізація сайту інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет

Залучення відвідувачів в е-комерції. Методи просування в Інтернеті. Реклама в онлайн ЗМІ. Роль піару в е-комерції. Використання контекстної реклами в е- комерції. Пошукова оптимізація в е-комерції. Методи пошукової оптимізації в е- комерції. Методи просування сайтів в пошукових системах. Планування в е-комерції. Поняття семантичного ядра. Етапи маркетингового аналізу в рамках тематичної оптимізації в е-комерції. Попередній аналіз ринку в е-комерції. Вибір цільової аудитори. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Принцип тематичної оптимізації. Тематичний індекс цитування. Page Rank в е-комерції. Зміст зваженого індексу цитування. Реєстрація в каталогах пошукових системах і каталогах. Методи просування сайту із залучення цільових відвідувачів.

Тема 11. Особливості застосування і види інтернет-маркетингу

Поняття і структура інтернет -маркетингу. Відмінність маркетингу в Інтернеті від традиційного маркетингу. Вплив Інтернет на маркетингову систему підприємства. Маркетингові дослідження на Інтернет-ринку. Принципи маркетингу в Інтернеті. Основні засоби просування товарів і послуг в Інтернеті. Об’єкти дослідження на Інтернет-ринку, бенчмаркінг, промоутинг. Інтернет-реклама. Види інтернет -реклами. Методи реклами. інтернет - реклама як форма інтернет -бізнесу. Переваги реклами в Інтернеті. Типові послуги електронних рекламних агентств. Специфіка ціноутворення в мережі Інтернет. Логістика е-комерції. Ефективність Інтернет-реклами. Вірусний маркетинг та спам. Маркетингові цифрові комунікації як комплекс заходів щодо просування товарів за допомогою мережевих технологій Інтернету. Просування сайту в пошукових системах. Комплекс інтернет -маркетингу. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Посередники електронного ринку.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л.	п.	лаб.	інд.	с. р.
Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	12	3	2			7
Тема 2. Функціональні можливості е-комерції та її мікроекономічні форми	12	3	2			7
Тема 3. Міжнародний електронний ринок та організація його роботи	12	3	2			7
Тема 4. Віртуальні підприємства: сутність та види	12	3	2			7
Тема 5. Електронні платіжні системи: зміст і типи	12	3	2			7
Тема 6. Принципи організації та управління інтернет-магазином	11	3	1			7
Тема 7. Організація діяльності через міжнародні інтернет-аукціони	10	3	1			6
Тема 8. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	10	3	1			6
Тема 9. Мікро- та макроекономічна підтримка покупців у споживацькому секторі	10	3	1			6
Тема 10. Пошукова оптимізація сайту інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет	10	3	1			6
Тема 11. Особливості застосування і види інтернет-маркетингу	9	2	1			6
Усього годин	120	32	16			72

4. Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції	2
2	Тема 2. Функціональні можливості е-комерції та її мікроекономічні форми	2
3	Тема 3. Міжнародний електронний ринок та організація його роботи	2
4	Тема 4. Віртуальні підприємства: сутність та види	2
5	Тема 5. Електронні платіжні системи: зміст і типи	2
6	Тема 6. Принципи організації та управління інтернет-магазином	1
7	Тема 7. Організація діяльності через міжнародні інтернет-аукціони	1
8	Тема 8. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	1
9	Тема 9. Мікро- та макроекономічна підтримка покупців у споживацькому секторі	1
10	Тема 10. Пошукова оптимізація сайту інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет	1
11	Тема 11. Особливості застосування і види інтернет-маркетингу	1
Разом		16

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу й електронної комерції Завдання: ознайомитися з особливостями середовища, яке досліджується в даній темі, надати характеристику об'єктів та суб'єктів цього середовища, опрацювати відповідну літературу, підготуватися до практичного заняття	7
2	Тема 2. Функціональні можливості е-комерції та її мікроекономічні форми Завдання: ознайомитися із першоджерелами, в яких розглядаються невирішені питання з досліджуваної тематики, проаналізувати розвиток відповідної галузі економіки, підготуватися до практичного заняття	7
3	Тема 3. Міжнародний електронний ринок та організація його роботи Завдання: проаналізувати кейс роботи з офіційною статистикою для можливого збору даних для опрацювання поточної теми, мати уяву про проблемні питання в рамках цього кейсу, підготуватися до практичного заняття	7
4	Тема 4. Віртуальні підприємства: сутність та види Завдання: поглибити методологічний експірієнс з основ наукового пізнання шляхом опрацювання відповідних інформаційних джерел, підготуватися до практичного заняття	7
5	Тема 5. Електронні платіжні системи: зміст і типи Завдання: ознайомитися з релевантною літературою, в тому числі з додатковою, щодо існуючих підходів до вирішення проблем, які розглядаються в даній теми, підготуватися до практичного заняття	7
6	Тема 6. Принципи організації та управління інтернет-магазином Завдання: ознайомитися з методологічними основами проведення досліджень по даній темі, звернути на увагу на фахові видання для виявлення актуальних проблем міжнародного середовища, підготуватися до практичного заняття	7
7	Тема 7. Організація діяльності через міжнародні інтернет-аукціони Завдання: проаналізувати бази даних, що містять релевантну інформацію щодо питань, які розглядаються в даній темі, в тому числі статистику, а також фінансово-економічні показники досліджуваної галузі, підготуватися до практичного заняття	6
8	Тема 8. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків Завдання: ознайомитись з методичними основами роботи з інформацією, опрацювати дискусійні питання даної теми, поглибити навички розв'язання практичних завдань	6
9	Мікро- та макроекономічна підтримка покупців у споживацькому секторі Завдання: проаналізувати взаємовідносини складових елементів середовища, яке досліджується в даній темі, мати уяву про відповідний ринковий сегмент, надати рекомендації щодо поліпшення його функціонування, підготуватися до практичного заняття	6
10	Тема 10. Пошукова оптимізація сайту інтернет-магазину та його просування в мережі Інтернет Завдання: підготуватися до захисту рефератів, аналітичних доповідей, опрацювати релевантні інформаційні джерела з теми доповідей та	6

	рефератів, підготуватися до практичного заняття	
11	Тема 11. Особливості застосування і види інтернет-маркетингу Завдання: опрацювати лекційний матеріал, основну і додаткову рекомендовану літературу з метою поліпшення уяви про процеси, що розглядаються у темі, підготуватися до практичного заняття	6
Разом		72

6. Індивідуальні завдання

Не передбачено

7. Методи навчання

Методи навчання – це взаємодія між викладачем і студентами, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійної та індивідуальної роботи студента.

При проведенні визначених планом видів занять використовуються такі методи:

1. Під час викладення навчального матеріалу:
– словесні (бесіда, пояснення, розповідь, інструктаж);
– наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження);
– практичні (вправи, практичні роботи, дослідні роботи).
2. За організаційним характером навчання:
– методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності;
– методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності;
– методи контролю та самоконтролю у навчанні;
– бінарні (поєднання теоретичного, наочного, практичного) методи навчання.
3. За логікою сприймання та засвоєння навчального матеріалу: індуктивно-дедукційні, репродуктивні, прагматичні, дослідницькі, проблемні тощо.

Разом із виконанням завдань з вивчених тем можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача: проходження тренінг-курсів або дистанційних курсів з використанням сучасних освітніх технологій на різноманітних онлайн-платформах; участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, гуртках та зустрічах із використанням сучасних освітніх технологій; участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем, що вивчаються в межах дисципліни «Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції» й т. ін.

Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньо-професійною та освітньо-навчальною програмою

Шифр ПРН (відповідно до ОПП/ОНП)	Результати навчання (відповідно до ОПП/ОНП)	Методи навчання	Засоби діагностики /форми оцінювання
РН2	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію	Дискусія, робота в команді над генеруванням ідей, їх презентація	Оцінювання усних та письмових відповідей на практичних заняттях
РН10	Ідентифіковувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів	Пошук джерел інформації, критичний аналіз,	Оцінювання усних та письмових

	міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку	інтерпретація, командна робота	відповідей на практичних заняттях
РН11	Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.	Мозковий штурм, презентація результатів, дискусія	Оцінювання усних та письмових відповідей на практичних заняттях
РН18	Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків	Виконання творчих завдань у командах, ділова гра, командна робота	Оцінювання усних та письмових відповідей на практичних заняттях

8. Методи контролю

Методи контролю – це система дій, націлена на перевірку знань студента. В дисципліні «Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції» для денної форми навчання використовуються наступні форми контролю:

– усний контроль, що по своїй сутності передбачає діалог і перевірку репродуктивного відтворення студентом отриманої інформації, а також усний контроль у формі доповіді студентом стосовно проблеми, що не була вирішена в рамках інформації, даної у лекції;

– дискусія, що передбачає активний диспут між усією групою та викладачем стосовно знаходження відповіді на поставлене питання;

– письмовий поточний тестовий контроль;

– підсумковий контроль у вигляді заліку.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, семінарські заняття, самостійна робота,											Разом	Залік	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	Т11	60	40	100
6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5			

Т1, Т2 ... – теми розділів

Для допуску до складання підсумкового контролю (заліку) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 30 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю, самостійної роботи, індивідуального завдання.

Критерії оцінки успішності та результатів навчання

1) Критерії оцінки усного опитування на семінарських заняттях

Критерії оцінки усного опитування на семінарських заняттях (за п'ятибальною шкалою) встановлюються за такими критеріями:

– розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

– ступінь засвоєння фактичного матеріалу курсу;

– знання основної та додаткової літератури;

– уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій;

– розв'язання задач, проведення розрахунків тощо при виконанні завдань, внесених на розгляд в аудиторії;

– логіка, структура, стиль викладу матеріалу при виступах і аудиторії, вміння захищати свою позицію та здійснювати узагальнення інформації, отриманої з відповідей інших осіб.

5 балів студент отримує, якщо його відповідь повністю відповідає визначеним критеріям. Він повинен знати відповіді на всі питання навчальної програми, продемонструвати повні і глибокі знання лекційного матеріалу, а також підручників і навчальних посібників. Студент повинен знати як саме економічні категорії і закони проявляються в ринкових умовах на мікрорівні та на макрорівні здійснювати порівняльний аналіз, робити логічні висновки, висловлювати власне ставлення до пропонованих йому проблем, демонструвати знання законодавчих та нормативних актів України.

4 бали свідчать, що студент має тверді знання з дисципліни «Мікро- та макроекономічні основи міжнародної електронної комерції» в обсязі навчальної програми, вміє використовувати інструментарій мікроаналізу. Але у розкритті змісту питань були допущені незначні помилки у формулюванні термінів і категорій, або недостатнє висвітлення питань.

3 бали ставляться тоді, коли знання студентів відповідають мінімуму і не нижче вимог, які існують у вищій школі і є в навчальних планах і програмах. Ці бали ставиться, коли студент продемонстрував, хоча і не в повному обсязі, але в цілому, правильні знання програми курсу, виявив розуміння основного змісту питань.

2–0 балів ставиться при наявності серйозних недоліків, коли знання студентів нижче мінімуму навчальної програми, коли вони мають хаотичний і безсистемний характер, коли у студента відсутнє розуміння не тільки другорядних, але і вузлових питань курсу.

2) Критерії оцінки знань при виконанні задач

5 балів ставиться, коли студент дає повну вичерпну відповідь. Вона складається з правильних арифметичних дій, доцільного та логічного теоретичного обґрунтування виконаних розрахунків.

4 бали ставиться тоді, коли теоретичне обґрунтування зроблене, хід розв'язання вірний, але є помилка при арифметичних розрахунках.

3 бали студент отримує у тому випадку, коли арифметичне рішення задачі дається без повного теоретичного обґрунтування.

2–0 ставиться, коли студент зовсім не розв'язує задачі, або розв'язує її неправильно. Опис та розв'язок є повністю ідентичним опису і розв'язку задачі іншим студентом.

3) Критерії оцінки відповідей на тестові завдання

Тестове завдання передбачає необхідність вибрати одну або кілька правильних відповідей на поставлені питання. Кожна правильна відповідь на тестові запитання оцінюється в 1 бал. На виконання одного завдання відводиться 1–2 хвилини.

Загальна оцінка за тестове завдання ставиться в залежності від набраної кількості балів.

5 балів ставиться, якщо правильні відповіді складають 90–100%.

4 бали ставиться, якщо правильні відповіді складають 70–89%.

3 бали ставиться, якщо правильні відповіді складають 50–69%.

2–0 ставиться, якщо правильні відповіді складають до 50%.

4) Критерії оцінювання аналітично-пошукових завдань та рефератів

5 балів ставиться за умов, якщо студент продемонстрував вміння всебічно, безпомилково, в логічній послідовності проаналізувати проблему, проявив творчій підхід, проаналізував альтернативні теоретичні погляди, проявив авторське ставлення, використав значний фактичний та статистичний матеріал, сформулював висновки;

4 бали ставиться студентові, який продемонстрував вміння всебічно та безпомилково проаналізувати проблему, проаналізував альтернативні теоретичні погляди, використав значний фактичний та статистичний матеріал, сформулював висновки, проте відсутній творчій підхід при аналізі проблем

3 бали отримує студент, який виконав завдання з незначними помилками, в недостатній мірі використав статистичний та фактичний матеріал, не виявив авторського розуміння проблеми;

2 бали ставиться студентові, який припускається грубих помилок та логічної непослідовності під час виконання завдання, не використав сучасну літературу та сучасний фактичний матеріал.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90–100	відмінно	зараховано
70–89	добре	
50–69	задовільно	
1–49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Василичев Д. В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія* «*Економічні науки*». 2017. Вип. 32. С. 287–292.
2. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція): навч. посіб. Київ : Кондор, 2014. 302 с.
3. Задоя А. О., Петруня Ю. Є. Макроекономіка: навч. посіб. Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. 256 с.
4. Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 р. № 2155-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19.
5. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 р. № 851-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15.
6. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/ed20150903.
7. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 05.07.1994 р. № 80/94-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-вр.
8. Закон України «Про національну програму інформатизації» від 04.02.1998 р. № 74/98-ВР. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр.
9. Каменєва Н. М., Косич М. В., Александрова О. Ю. Мікроекономіка: навч. посіб. Харків : Український державний університет залізничного транспорту, 2022. 305 с.

10. Ковбатюк М. В., Шевчук В. О. Мікроекономіка: навч. посіб. Київ : Типографія «7БЦ», 2023. 224 с.
11. Ковбатюк М. В., Шевчук В. О., Стрілок І. І. Макроекономіка: навч. посіб. Київ : Типографія «7БЦ», 2022. 232 с.
12. Плескач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція: підручник. Київ: Знання, 2017. 535 с.
13. Подлевський А. А. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Інформаційні системи і технології у фінансах» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» денної та заочної форм навчання. Рівне : Національний університет водного господарства та природокористування, 2018. 110 с.
14. Федишин І. Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.
15. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 215 с.

Допоміжна література

1. Борейко Н. М. Оподаткування електронної комерції: досвід іноземних країн. *Вісник Академії митної служби України*. *Серія* «*Економіка*». 2009. № 1. С.143–147.
2. Галушка З. І., Поченчук Г. М. Економіка: теорія і практика: підручник. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2020. 232 с.
3. Жувагіна І. О., Філіпішина Л. М. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспективи сучасності. *Науковий вісник Ужгородського університету*. *Серія* «*Економіка*». 2016. Вип. 1. С. 359–362.
4. Лисак О. І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. *Серія* «*Економічні науки*». 2017. №3 (35). С. 46–55.
5. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 332 с.
6. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2015. № 12. С. 333–339.
7. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції. *Фінансовий простір*. 2015. № 1. С. 283–291.
8. Cockfield, A. J. The Rise of the OECD as Informal World Tax Organization through National Response to E-commerce Tax Challenges. *Yale Journal of Law and Technology*. 2006. Vol. 8. P. 136–187.
9. Kates, K. Classical Economic Theory and the Modern Economics. Melbourne : Royal Melbourne Institute of Technology Press, 2020. 264 p.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. Верховна Рада України. URL: https://www.rada.gov.ua.
2. Видання «Global Finance». URL: https://www.gfmag.com.
3. Міністерство економіки України. URL: https://me.gov.ua.
4. Міністерство цифрової трансформації України. URL: https://thedigital.gov.ua.
5. Наукове видавництво ТОВ «ДКС Центр». URL: https://nayka.com.ua.
6. Новини українського законодавства та правові інформаційні ресурси. URL: https://www.liga.net.
7. Представництво України при Європейському Союзі.URL: https://ukraine-eu.mfa.gov.ua.

8. Світовий Банк. URL: ttps://www.worldbank.org.
9. Ecommerce Europe. URL: https://ecommerce-europe.eu.

12.Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили

В умовах воєнного стану освітній процес в університеті здійснюється за дистанційною формою навчання, а саме:

– дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;

– дистанційно на платформах Google Classroom та Zoom можуть проводитись практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з забороною відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік в дистанційній формі з використанням платформ Google Classroom та Zoom.