

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

1) НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ: «Електронна комерція»	2) Шифр за ОП: ОКЗ
3) Карта дисципліни дійсна протягом навчального року: 2022/2023	
4) Освітній рівень: другий рівень вищої освіти (магістр)	
5) Форма навчання: денна/заочна	
6) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	
7) Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
8) Компонента спеціальності: обов'язкова	
9) Семестр: 2	
10) Цикл дисципліни: дисципліна підготовки магістр	
11) Викладач (розробник карти): д.ек.н., професор Дименко Р.А.	
12) Мова навчання: українська	
13) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс)	
14) Мета курсу: формування в майбутніх фахівців цілісної системи знань про електронну комерцію як складову електронного бізнесу та здобуттю практичних навичок із здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів..	

15) Результати навчання:

Загально-професійні та спеціальні (фахові) компетентності	Програмні результати навчання
<p>ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.</p> <p>ФК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.</p> <p>ФК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.</p> <p>ФК 5. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності (в тому числі, інноваційних моделей торгівлі будівельними товарами та об'єктами нерухомості).</p>	<p>ПР03. Вміти розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.</p> <p>ПР06. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.</p> <p>ПР07. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.</p> <p>ПР09. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків.</p> <p>ПР11. Вміти розробляти системи управління асортиментом, якістю та життєвим циклом будівельних товарів.</p>

16) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)

Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні роботи студента
32/12	38/28	-	Курсова робота	80/110

Зміст: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)

Модуль 1. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Змістовий модуль 1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки.

Тема 1. Електронна комерція.

1.1. Електронна комерція в інформаційному секторі економіки.

1.2. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet.

Електронна комерція в інформаційному секторі економіки. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної

комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасні електронній комерції. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронній комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка). Сфери використання електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції.

Тема 2. Нові інформаційні технології в комерційній діяльності.

2.1. Системи оплати за послуги Internet.

2.2. Найпоширеніші послуги Internet

2.3. Система телеконференцій в Internet.

2.4. Системи оплати за користування системою телеконференцій.

Системи оплати за послуги Internet. Найпоширеніші послуги Internet. Система телеконференцій в Internet. Системи оплати за користування системою телеконференцій. Визначення електронної комерції, характеристика та аналіз. Аналіз та характеристика бізнес-операцій та операцій, в яких використовується електронна комерція. Аналіз та характеристика комунікаційних технологій, які використовуються для підтримки електронної комерції. Типи електронної комерції. Сфери розповсюдження та рівні електронної комерції. Різновидності послуг. Ринок електронної комерції. Аналіз, роль та місце електронної комерції у сучасному бізнесі. Міжнародні бізнес-комунікації в системі підприємництва. Internet в сучасні електронній комерції. Правові внутрішньодержавні та міжнародні акти, норми, інститути та процедури електронної комерції. Категорії електронної комерції. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним. Характеристика сучасних інформаційних технологій, які використовуються в електронній комерції. Можливості електронній комерції (доступ до інформації, оформлення замовлення, оплата, виконання замовлення, післяпродажне обслуговування і підтримка). Сфери використання електронної комерції. Нові можливості. Переваги електронної комерції.

Змістовий модуль 2. Можливості Е-бізнесу.

Тема 3. Рух грошей в мережі.

3.1. FTP-послуга.

3.2. WWW-послуга.

3.3. Протокол НТТР (Hypertext Transfer Protocol).

3.5. Електронні гроші: сутність і типологізація.

3.6. Віртуальна валюта біткоїн з позиції теорії грошей.

3.7. Функції віртуальних грошей.

FTP-послуга. WWW-послуга. Протокол НТТР (Hypertext Transfer Protocol). Нові форми грошей в умовах формування інформаційного суспільства. Електронні гроші: сутність і типологізація. Віртуальна валюта біткоїн з позиції теорії грошей. Функції віртуальних грошей. Використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії. Пластикова картка як платіжний інструмент. Держателі карток. Точки обслуговування. Банк-емітент як гарант виконання платіжних зобов'язань при проведенні розрахунків. Банк-еквайер. Авторизація як процедура посвідчення повноважень і підтвердження платоспроможності при здійсненні операції. Характеристика та аналіз комунікаційних технологій: електронної пошти, факс, технології електронного обміну даними і електронних платежів. Віртуальний інкасатор. Управління банківськими рахунками через Internet. Брокерські послуги в Internet їх характеристика та аналіз. Технології платежа при електронній комерції. Послуги Internet-брокерідж, характеристика, класифікація та аналіз. Internet-брокерідж з використанням спеціального програмного забезпечення. Аналіз та характеристика систем торгівлі

цінними паперами.

Тема 4. Безпека інформації при електронній комерції.

- 4.1. Інформаційна безпека ІС.
- 4.2. Законодавчий рівень.
- 4.3. Адміністративний рівень.
- 4.5. Процедурний рівень.
- 4.6. Проблеми безпеки систем ЕТ.
- 4.7. Основними поняттями інформаційної безпеки.
- 4.8. Цифровий сертифікат.
- 4.9. 12 основних вимог з безпеки.

Інформаційна безпека ІС. Законодавчий рівень. Адміністративний рівень. Процедурний рівень. Проблеми безпеки систем ЕТ. Основними поняттями інформаційної безпеки. Цифровий сертифікат. Основні вимоги з безпеки. Безпека (захист від злому інформації та інших злочинних зазіхань). Методи захисту інформації (законодавчі – закони, нормативні акти, стандарти та ін.; адміністративні – дії загального характеру; процедурні – конкретні заходи безпеки, що мають справу з людьми; програмно-технічного (конкретні технічні заходи). Категорії захисту: конфіденційність (захист від несанкціонованого доступу), цілісність (актуальність і несуперечність інформації, її захищеність від руйнування і несанкціонованої зміни), доступність (можливість за прийнятний час отримати необхідну інформаційну послугу). Типи загроз (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки та політика інформаційної безпеки. Засоби захисту інформації та вибір основних рішень по забезпеченню режиму інформаційної безпеки. Захист цілісності даних і програм від шкідливого програмного забезпечення – комп'ютерних вірусів. Безпека в Internet. Атаки на Internet. Рекомендації по безпеці.

Тема 5. Комерція на споживчому ринку і між підприємствами.

- 5.1. Електронний бізнес.
- 5.2. Електронна комерція.
- 5.3. Електронна крамниця.
- 5.4. Електронний он-лайнний аукціон.
- 5.5. Електронний торговельний центр.
- 5.6. Система Intranet.
- 5.7. Система workflow.
- 5.8. Телеробота.

Електронний бізнес. Електронна комерція. Електронна крамниця. Електронний он-лайнний аукціон. Електронний торговельний центр. Система Intranet. Система workflow. Телеробота. Споживчий ринок та Internet-ринок, їх кількісні та якісні показники і параметри. Сегментація та вибір цільових ринків. Особливості конкуренції на Internet-ринку. Стратегії компаній на Internet-ринку та способи їх реалізації. Internet та еволюція методів маркетингу. Основні тенденції розвитку методів маркетингу. Масовий маркетинг і індивідуальний маркетинг. Задачі маркетингу і демографія Internet. Аналіз методів на Internet-ринку. Нові ролі і маркетингові можливості. Відмінність маркетингу в Internet від традиційного маркетингу. Електронна пошта як інструмент маркетингу. Демографічний аналіз споживачів. Реклама в електронній комерції – планування ринкової діяльності, реклама та сприяння збуту, дослідження в рекламі, ефективність реклами. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків, характеристика та аналіз. Аукціони в Internet. Операції між фірмами. Ланцюжки додавання вартості. Еволюція бізнесу в Internet. Посередництво. Мережі співтовариств.

МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ СПОСОБИ ВЕДЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ
Змістовий модуль 3. Основні способи ведення електронної комерції.

Тема 6. Електронний ринок.

6.1. Інтернет-магазини. Поняття Інтернет-магазину. Процес здійснення покупки. Переваги і недоліки.

6.2. Корпоративні сайти. Основна і додаткові функції. Властивості для підтримки позитивного іміджу. Структурні елементи корпоративного сайту.

6.3. Контент-проекти. Визначення контенту. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Забезпечуючі служби.

6.4. Торговельні майданчики. Ідея торгової площадки. Бізнесмодель. Види торгових площадок. Біржа. Аукціон. Каталог.

6.5. Розроблення та підтримка сайтів. Процес створення сайту. Дизайн та WEB-студії. Послуги студій.

6.6. Мобільна комерція. М-commerce. Переваги. Предмети торгівлі. Особливості торгівлі послугами. Форми оплати вартості.

Інтернет-магазини. Поняття Інтернет-магазину. Процес здійснення покупки. Переваги і недоліки. Корпоративні сайти. Основна і додаткові функції. Властивості для підтримки позитивного іміджу. Структурні елементи корпоративного сайту. Контент-проекти. Визначення контенту. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Забезпечуючі служби. Торговельні майданчики. Ідея торгової площадки. Бізнес-модель. Види торгових площадок. Біржа. Аукціон. Каталог. Розроблення та підтримка сайтів. Процес створення сайту. Дизайн та WEB-студії. Послуги студій. Мобільна комерція. М-commerce. Переваги. Предмети торгівлі. Особливості торгівлі послугами. Форми оплати вартості. Системи платежів для електронної комерції. Електронний ринок – характеристика та аналіз. Віртуальні ринки. Кількісні і якісні характеристики Internet-ринку. Сегментація ринку. Стратегія діяльності на ринку та її типи. Позиціонування ринку. Конкуренція на ринку. Нові технології електронної торгівлі та розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Концепція: перехід від паперових форм інформації до електронних. Продавці і покупці. Послуги на електронному ринку. Платіжні системи в Internet. Організація сайту для прямого продажу. Моделі прямого продажу. Продукти і послуги для продажу в Internet. Зв'язок клієнтів з партнерами. Доставка товарів та маршрутизація. Переваги і проблеми електронної комерції. On-line продажу. Торгівля інформаційними продуктами і послугами. Торгівля традиційними товарами. Електронний ринок міжбанківських валютних бірж, характеристика та аналіз. Банківське обслуговування on-line. Створення та організація електронного магазину. Вимоги до технічного та програмного забезпечення. Інструментальні засоби по створенню, настройці і управлінню Internet-магазином. Типова конфігурація Internet-магазину. Сайт, характеристика та аналіз. Створення сайту для корпоративних комунікацій. Обслуговування клієнтів і надання сервісу. Доступ до корпоративних баз даних. Web-вузол, характеристика та аналіз. Три рівні Web-послуг. Опис Web-вузла: консолідація інформації для ділового сектора. Спеціалізовані списки. Створення Web-вузла. Впровадження та розвиток Web-вузла. Використання баз даних. Аналіз: інформація - основа ринку, електронний супермаркет, типи купівельної активності, каталоги, ринкові моделі, три важливі послуги, довготривалі транзакції, концепція розвитку Nets Inc. Вибір платіжних ресурсів.

Тема 7. Електронна підтримка споживачів.

7.1. Засоби прив'язки до стандартного обладнання комп'ютера.

7.2. Засоби використання ключових носіїв для захисту інформації.

7.3. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів.

7.4. Приклади роботи груп вірусів з різними особливостями алгоритмів.

7.5. Засоби управління доступом до системи електронної комерції.

7.6. Типи антивірусних програм.

7.7. Якість і ефективність антивірусної програми для системи електронної комерції.

7.8. Поняття маркетингу, система маркетингу підприємства.

Засоби прив'язки до стандартного обладнання комп'ютера. Засоби використання ключових носіїв для захисту інформації. Засоби захисту цілісності даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів. Приклади роботи груп вірусів з різними особливостями алгоритмів. Засоби управління доступом до системи електронної комерції. Типи антивірусних програм. Якість і ефективність антивірусної програми для системи електронної комерції. Поняття маркетингу, система маркетингу підприємства. Реклама і маркетинг у глобальній мережі. Програмне забезпечення для електронної комерції, класифікація та аналіз. Клієнтська база даних – характеристика та аналіз. Альтернативні торгові системи - характеристика та аналіз. Концепція: системи Web Response і PPI. Впровадження: програмний модуль і модуль безпеки, кодування потоку повідомлень, модуль Transaction Manager, модуль Commerce Engine, деякі зміни в Web Response. Опис Web-вузла: контакт з користувачем в інтерактивному режимі, Інтерфейс Web Response, Впровадження PPI. Аналіз: захист конфіденційної інформації Microsoft, пропозиції платних послуг, турбота про безпеку. Вбудована гнучкість. Технології підтримки електронної комерції.

Тема 8. Системи платежів для електронної комерції.

8.1. Кредитні Internet-системи.

8.2. Дебетові Internet-системи.

8.3. Електронні гроші.

8.4. Смарт-картка.

8.5. Електронна платіжна система Webmoney Transfer.

8.6. Система платежів для електронного бізнесу CyberPlat.

8.7. Платіжна Internet-система PayCash.

8.8. Електронний гаманець.

Кредитні Internet-системи. Дебетові Internet-системи. Електронні гроші. Смарт-картка. Електронна платіжна система Webmoney Transfer. Система платежів для електронного бізнесу CyberPlat. Платіжна Internet-система PayCash. Електронний гаманець. Криптографічні засоби шифрування інформації. Платіжна система в Internet та умови здійснення платежів. Кредитні Internet-системи. Дебетові Internet-системи. Найпоширеніші електронні платіжні системи. Правові аспекти бізнесу в Internet. Загальні засади. Реклама і маркетинг у глобальній мережі. Реклама в Internet. Маркетинг в Internet.

Змістовий модуль 4. Системи платежів для електронної комерції.

Тема 9. Віртуальне підприємство.

9.1. Створення віртуального офісу.

9.2. Віртуальні співтовариства.

9.3. Особливості віртуальних співтовариств.

9.4. Проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства.

9.5. Освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства.

9.6. Приклади віртуальних співтовариств.

9.7. Структурні і функціональні характеристики віртуальних співтовариств.

Створення віртуального офісу. Віртуальні співтовариства. Особливості віртуальних співтовариств. Проблемоорієнтовані віртуальні співтовариства. Освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства. Приклади віртуальних співтовариств. Структурні і функціональні характеристики віртуальних співтовариств. Створення Інтернет-магазину. Організація продажу товарів через Інтернет-аукціони. Концепція: віртуальне координування, прототип інформаційної

системи, пілотний проект. Впровадження: операції в системі СІТІS, використання відкритих стандартів, надання послуг, контроль за доступом. Опис Web-вузла: контроль за доступом до загальних даних і додатків, пересилка даних виробнику, прискорений прийом заявок на підряд, контроль за реалізацією проектів, фінансові взаємовідносини. Аналіз: довіряйте посереднику доступ до інформації, Інші переваги СІТІS, Підвищення інтенсивності експлуатації системи.

Тема 10. Тактичні прийоми електронної комерції.

10.1. Корпоративні сайти і бізнес-портали.

10.2. Торговельні концентратори.

10.3. Електронний офіс.

10.4. Електронні аукціони.

10.5. Електронний бізнес-центр.

10.6. Форми Internet-торгівлі.

10.7. Internet-аукціони.

10.8. Інтерактивне банківське обслуговування.

10.9. Інформаційні послуги.

Корпоративні сайти і бізнес-портали. Торговельні концентратори. Електронний офіс. Електронні аукціони. Електронний бізнес-центр. Форми Internet-торгівлі. Internet-аукціони. Інтерактивне банківське обслуговування. Інформаційні послуги. Дистанційне навчання. Електронні системи розрахунку за товари і послуги. Маркетинг в Internet. Розвиток разом з Internet. Розвиток стандартів. Гнучкість організаційної структури. Як підвищити ефективність. Використання електронної комерції. Експерименти в ринковому просторі. Організаційні питання. Практичні питання. Маркетинг. Правові питання.

Тема 11. Перспективи електронної комерції.

11.1. Основні напрями розвитку систем електронної комерції.

Основні напрями розвитку систем електронної комерції. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні. Банерна реклама в Internet. Оцінювання ефективності електронної комерції. Технології: Internet і приватні мережі, безпека, інфраструктура, електронні каталоги, EDI, електронна пошта, мікротранзакції, програми-агенти, смарт-карти. Аукціони в Internet, характеристика та аналіз. Вдосконалення роздрібного продажу. Нові маркетингові прибутки. Дії урядових і фінансових структур: центри довіри, мережеві посередники, державні органи.

Екзамен: передбачено НП

17. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль

Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10	Тема 11
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Загальна схема оцінювання

<i>Поточний контроль</i>	<i>Індивідуальне завдання</i>	<i>Іспит</i>
55		45

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	
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

Рекомендована література

1. Жувагіна І. О. Розвиток інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспективи сучасності / І.О. Жувагіна, Л.М. Філіпішина // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Вип. 1(1). – С. 359-362.
2. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан [та ін.]; за ред. П. Ю. Балабана ; Міністерство освіти і науки України; Вищий навчальний заклад Укооспілки Полтавський університет економіки і права; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - Харків: Світ Книг, 2015. - 451 с.
3. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55.
4. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу / І.І. Присакар // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 333-339.
5. Черномор В. О. Сучасний стан та перспективи розвитку платіжних систем в сфері електронної комерції / В. О. Черномор // Фінансовий простір. – 2015. – № 1. – С. 283- 291.
6. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с.
7. Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник для ВНЗ / О.І. Шалева. - Київ : Центр учбової літератури, 2016. - 215 с.
8. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 № 852-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
9. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
10. Закон України «Про захист інформації в автоматизованих системах» від 31.05.2005 № 2594-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
11. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 №80/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
12. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 04.02.1998 № 74/98-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
13. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 09.01.2007 № 537-V [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
14. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 № 1280-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua> .
15. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=47409
16. E-commerce Times [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ecommercetimes.com/> - Загол. з екрану.
17. AIN.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua> .
18. Сайт української біржі [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ux.ua/ua>

20) Робоче навантаження студента, необхідне для досягнення результатів навчання		
№	Форма занять	Кількість годин аудиторні/ СРС
1.	Лекція	32/12
2.	Практичне заняття	38/28
3.	Лабораторні заняття	-
4.	КП/КР/РГР/ Контр.роб.	Курсова робота
5.	Форма контролю	Екзамен
	Всього годин	150/150
22) Сума всіх годин:		150
23) Загальна кількість кредитів ECTS		5
24) Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:		70/40
25) Кількість необхідних годин (кредитів ECTS) СРС для забезпечення аудиторного навантаження:		80/110
26) Кількість годин (кредитів ECTS) СРС , забезпечених навчальним планом:		150/150
27) Примітки:		