

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Тип дисципліни	Вибіркова
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова викладання	Українська
Семестр	-
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Очна (денна), заочна

Результати навчання. Здобувач, який успішно завершив вивчення дисципліни, *повинен* бути здатним використовувати базові знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення ефективної діяльності підприємницьких та торговельних структур; *знати* основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності підприємств з урахуванням ризиків та невизначеності; застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань у різних практичних ситуаціях у сфері підприємництва та торгівлі; *демонструвати* здатність до побудови та адаптації бізнес-моделей Інтернет-торгівлі; *аналізувати* сучасні тенденції розвитку електронного бізнесу та цифрових ринків; *оцінювати* ефективність електронної комерції з використанням відповідних економічних і маркетингових показників; обґрунтовувати управлінські рішення щодо впровадження цифрових технологій у діяльність підприємств; *використовувати* сучасні інструменти електронного маркетингу, просування та аналітики; *оцінювати* ризики електронного бізнесу та розробляти заходи щодо їх мінімізації; *здійснювати* аналіз конкурентного середовища та формувати стратегії розвитку підприємства в цифровій економіці.

Зміст навчальної дисципліни. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції. Моделі та стратегії електронного бізнесу. Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу. Управління взаєминами із покупцями. Веб-стратегія залучення та утримання відвідувачів. Веб-стратегії просування та придбання: вимірювання ефективності. Стратегія та планування цифрового маркетингу.

Запланована навчальна діяльність: не менше 8 год. в одному кредиті ECTS навчальної дисципліни

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, контрольна робота.

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Електронна комерція: навч. посіб./ І.Є. Максютенко, П.В. Захарченко, Т.В.Сівашенко – Київ: Видавничий дім «Кордон», 2025 – 256 с.

2. Електронний (Цифровий) маркетинг: навч. посіб. / І.Є. Максютенко, Р.А. Дименко. – Київ: Видавничий дім «Кордон», 2025 – 208 с.

3. Шалева О.І. Електронна комерція. Навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2021. – 216 с.

4. Електронна комерція та Інтернет – торгівля: навчально методичний посібник. / К.М. Краус, Н. М. Краус, О.В. Манжура. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021.- 454 с.

5. Модульне середовище для навчання. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnmu.edu.ua/course/view.php?id=10282#section-4>

6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Сачинська Л.В.