

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету управління,
адміністрування та туризму

Євгеній РУДНІЧЕНКО

01.09.2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронний бізнес та е-комерція

Назва дисципліни

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність D7 Торгівля
Рівень вищої освіти Другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма Електронна комерція та торговельний бізнес
Мова навчання українська
Шифр дисципліни ОФП.04 **Обсяг дисципліни** – 6 кредитів ЄКТС
Статус дисципліни: обов'язкова (фахової підготовки)
Факультет – Управління, адміністрування та туризму
Кафедра – Економічної теорії, підприємництва та торгівлі

Форма здобуття освіти	Курс	Семестр	Загальний обсяг		Кількість годин						Курсовий проект	Курсова робота	Форма семестрового контролю	
					Аудиторні заняття					Самостійна робота, у т.ч. ІРС			Залік	Іспит
			Кредити ЄКТС	Години	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семінарські заняття					
Д	1	2	6	180	66	32		34		114				+

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми «Електронна комерція та торговельний бізнес» за спеціальністю D7 «Торгівля»

Робоча програма складена  канд. екон. наук, старш. наук. співроб., доц. Тетяна РУДА

Схвалена на засіданні кафедри Економічної теорії, підприємництва та торгівлі

Протокол від 29.08.2025 р. № 1

Зав. кафедри  Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ

Робоча програма розглянута та схвалена вченою радою факультету управління, адміністрування та туризму

Голова вченої ради факультету  Євгеній РУДНІЧЕНКО

Хмельницький 2025

2 ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Посада	Назва факультету	Підпис	Ініціали, прізвище
Завідувач кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі д-р. екон. наук, проф.	Факультет управління, адміністрування та туризму		Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ
Гарант освітньо-професійної програми, д-р екон. наук, проф.	Факультет управління, адміністрування та туризму		Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ
Декан	Факультет управління, адміністрування та туризму		Євгеній РУДНІЧЕНКО

З ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна «Електронний бізнес та е-комерція» є однією із дисциплін фахової підготовки і займає важливе місце у підготовці здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D7 «Торгівля» за освітньо-професійною програмою «Електронна комерція та торговельний бізнес».

Пререквізити – Методологія та організація наукових досліджень в торгівлі, Конкурентоспроможність торговельних підприємств, Управління якістю в торговельному бізнесі, Торговельний бізнес: організація та управління, Управління проєктами, Комерційна діяльність та бізнескомунікації.

Постреквізити - Переддипломна практика, Кваліфікаційна робота.

Відповідно до освітньої програми дисципліна має забезпечити:

- **компетентності**: здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог (ІК); здатність до адаптації та дії в новій ситуації (ЗК.01), здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети (ЗК.03); здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК.04); здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку торговельних структур. (ФК.01); здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності (ФК.04); здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проєктів в торговельній діяльності (ФК.05); здатність здійснювати управлінський вплив на процеси, що забезпечують конкурентоспроможність торговельного бізнесу та ефективність електронної комерції з урахування регіонального аспекту (УК.01).

- **програмні результати навчання**: адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності (ПРН.01); розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети (ПРН.03); застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп (ПРН.04); визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері торгівлі (ПРН.07); вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності торговельних структур за умов невизначеності та ризиків (ПРН.10); впроваджувати інноваційні проєкти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку торговельних структур (ПРН.11); управляти процесами, що підвищують конкурентоспроможність торговельного бізнесу та ефективність електронної комерції з урахування регіональних особливостей, включаючи аналіз локальних ринків, адаптацію бізнес-моделей до місцевих умов та використання унікальних ресурсів регіону для створення стабільних конкурентних переваг (ПРН.12).

Мета дисципліни. Формування у майбутнього фахівця теоретичних основ та практичних навичок з організації та розвитку електронного бізнесу та е-комерції.

Предмет дисципліни. Сукупність господарських, економічних, правових, фінансових відносин у сфері електронного бізнесу та е-комерції.

Завдання дисципліни. Формування у здобувачів освіти системи теоретичних знань та практичних навичок у сфері електронного бізнесу, вивчення моделей та стратегій електронного бізнесу, визначення ролі Інтернету в розвитку електронного бізнесу, вивчення особливостей інформаційних систем, що застосовуються в масштабах суб'єкту підприємництва, дослідження основних аспектів використання електронного бізнесу, визначення суті, змісту, значення та тенденцій розвитку електронної комерції, окреслення сутності та наведення характеристики електронних закупівель, вивчення основних підходів до управління взаєминами із покупцями, визначення ефективності електронної комерції.

Результати навчання. Здобувач освіти **повинен уміти** застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп в контексті реалізації бізнес-ідей, пов'язаних з електронним бізнесом та е-комерцією; визначати та впроваджувати стратегічні плани в процесі розвитку електронного бізнесу та е-комерції; розподіляти завдання та закріплювати відповідальність, стимулювати діяльність та здійснювати контроль в процесі провадження електронного бізнесу та е-комерції; моделювати торгові та посередницькі структури, логістичні системи, соціально-економічні стани ринку в контексті ведення електронного бізнесу та реалізації елементів е-комерції.

4 СТРУКТУРА ЗАЛІКОВИХ КРЕДИТІВ ДИСЦИПЛІНИ

Назва розділу (теми)	Кількість годин, відведених на:					
	Денна форма			Заочна форма		
	Лекції	Практичні заняття	СРС	Лекції	Практичні заняття	СРС
	Другий семестр					
Тема 1. Сутність та зміст електронного бізнесу	2	2	8	2	2	11
Тема 2. Правові засади функціонування електронного бізнесу та е-комерції	2	2	8			12
Тема 3. Організація і технологія роботи моделей інтернет-бізнесу	2	2	8			12
Тема 4. Сутність та значення глобальних мереж для ведення бізнесу	2	2	8			12
Тема 5. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	2	2	8	2		11
Тема 6. Бізнес-планування в е-комерції	2	2	8			12
Тема 7. Тактичні прийоми е-комерції	2	2	9			12
Тема 8. Віртуальні підприємства	2	2	8	2		12
Тема 9. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків	4	4	8			12
Тема 10. Електронний бізнес на міжнародних ринках	2	2	9			12
Тема 11. Цифровий маркетинг	4	4	8	2	2	12
Тема 12. Організація розрахунків за комерційними операціями в мережі Інтернет	2	2	8			12
Тема 13. Ефективність функціонування бізнес-структур в мережі Інтернет	2	2	8			12
Тема 14. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті	2	4	8	2		12
Разом за семестр	32	34	114	10	4	166

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5.1 Зміст лекційного матеріалу

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	Сутність та зміст електронного бізнесу. Сутність електронного бізнесу. Види електронного бізнесу. Види електронних фінансових послуг. Принципи функціонування електронного бізнесу. Характеристики ведення електронного бізнесу. Літ.: [1-3, 6, с. 12-19, 7]	2
2	Правові засади функціонування електронного бізнесу та е-комерції Правові проблеми реалізації схем електронного бізнесу. Світовий досвід правового регулювання електронної комерції. Українське законодавство в сфері електронного бізнесу Літ.: [1-3, 5, с. 18-23, 7]	2
3	Організація і технологія роботи моделей інтернет-бізнесу. Сутність бізнес-моделей в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Бізнес-стратегії. Літ.: [1-5, 6, с. 24-32, 7]	2
4	Сутність та значення глобальних мереж для ведення бізнесу. Інтернет як основна глобальна мережа для ведення бізнесу. Глобальна мережа Інтернет: сутність та основні поняття. Інтернет-технології та сервіси. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет. Віртуальні приватні мережі. Літ.: [1-3, 4, с. 42-48, 7]	2
5	Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Сутність електронної комерції. Характеристика типів електронної комерції. Технологія започаткування бізнесу е-комерції. Літ.: [1-4, 5, с. 28-30, 7]	2
6	Бізнес-планування в е-комерції. Бізнес-планування в Е-комерції: сутність та принципи. Бізнес-план в електронній комерційній діяльності. Функції бізнес-плану в Е-комерції. Види бізнес-планів для внутрішнього та зовнішнього використання. Структура стандартного бізнес-плану в Е-комерції. Характеристика розділів бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану в Е-комерції. Літ.: [1-3, 4, с. 20-25, 5]	2
7	Тактичні прийоми е-комерції. Поняття стимулювання збуту в Е-комерції. Фактори, що сприяють стимулюванню збуту. Методи заохочення споживачів в Е-комерції. Пробні зразки, демонстраційні версії. Товар за пільговою ціною (знижки). Напрямки зв'язків з громадськістю в Е-комерції. Фактори, що впливають на розвиток цих зв'язків. Основні засоби зв'язків з громадськістю. Спонсорський пакет. Поняття бренду в Е-комерції. Основні характеристики традиційного бренду та відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу. Літ.: [1-4, 6, с. 48-50, 7]	2
8	Віртуальні підприємства. Поняття «віртуального підприємства» і «віртуального продукту». Основні характеристики віртуальних підприємств. Оцінка технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Передумови організації віртуальних підприємств. Структурні умови існування віртуальних підприємств. Етапи створення віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств. Види та форми віртуальних підприємств. Критерії класифікації віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх сильні та слабкі місця функціонування. Літ.: [1-3, 5, с. 50-54, 7]	2

9-10	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 та етапи комерціалізації. Види торгових майданчиків, головні класифікаційні критерії. Біржа. Аукціон. Процес створення сайту для Е-торгівлі. Дизайн та Web-студії. Послуги дизайн-студій. М-commerce. Переваги та недоліки в роботі електронних торговельних майданчиків. Предмети торгівлі на електронних торговельних майданчиках. Літ.: [1-3, 5, с. 25-28, 7]	4
11	Електронний бізнес на міжнародних ринках. Адаптація електронного бізнесу до різних ринків. Локалізація контенту, валютні ризики та культурні особливості. Використання міжнародних торгових платформ (Alibaba, JD.com, eBay). Бар'єри виходу на міжнародні ринки та шляхи їх подолання. Кращі кейси успішних міжнародних електронних бізнесів. Літ.: [1-3, 6, с. 42-48, 7]	2
12-13	Цифровий маркетинг. 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, сайтопромоутинг. Характеристика Інтернет-реклами. Види Інтернет-реклами (банери, текстові блоки, розсилання, спонсорські пакети). Методи реклами (реєстрація в пошукових системах, каталогах, розсилання e-mail, партнерські програми, банерна реклама, зовнішня реклама, телебачення, радіо, журнали). Інтернет реклама як форма Інтернет-бізнесу. Переваги реклами в Інтернеті. Типові послуги електронних рекламних агентств (креатив, медіабайнг, PR-супровід). 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, що дозволяє досягнути ефективної взаємодії з цільовою аудиторією. Комплекс Інтернет-маркетингу комплексу маркетингу. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Посередники електронного ринку. Літ.: [1-3, 6, с. 42-48, 7]	4
14	Організація розрахунків за комерційними операціями в мережі Інтернет. Характеристика готівкових грошей. Види електронних систем взаєморозрахунків. Пластикові карти. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті. Електронні гроші. Переваги та недоліки електронних грошей.. Літ.: [1-6, 7, с. 40-48]	2
15	Ефективність функціонування бізнес-структур в мережі Інтернет. Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Ефективність веб-сайту. Літ.: [1-3, 5, с. 46-48, 6-7]	2

16	Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Характеристика систем захисту інформації в Інтернеті. Безпека в Інтернеті та причини кібер-атаки. Рекомендації по безпеці. Методи захисту інформації (законодавчі, адміністративні, процедурні, програмно-технічні). Категорії захисту в Е-комерції: конфіденційність, цілісність, доступність. Характеристика засобів захисту інформації. Технологія захисту інформації при роботі у мережі Інтернет. Види загроз безпеки інформаційної системи (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки і політика інформаційної безпеки. Різновиди шахрайства в Е-комерції. Криптографічні засоби шифрування інформації. Механізм електронного цифрового підпису та його використання в системах Е-комерції. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів. Програмне забезпечення для захисту інформації СЕК. Використання Firewall для захисту інформації системи Е-комерції. Протоколи захищених з'єднань (SSL, SET). Захист в електронних платіжних системах на основі пластикових карток і смарт-карток. Технологія захисту інформації в системах цифрових грошей. Літ.: [1-4, 6, с. 36-38, 6]	2
Разом за семестр:		32

Перелік оглядових лекцій для студентів заочної форми здобуття освіти

Номер лекції	Тема лекції	Кількість годин
1	Сутність та зміст електронного бізнесу. Правові засади функціонування електронного бізнесу та е-комерції. Організація і технологія роботи моделей інтернет-бізнесу. Сутність та значення глобальних мереж для ведення бізнесу. Літ.: [1-7].	2
2	Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Бізнес-планування в е-комерції. Тактичні прийоми е-комерції. Літ.: [1-7].	2
3	Віртуальні підприємства. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків. Електронний бізнес на міжнародних ринках. Літ.: [1-7].	2
4	Цифровий маркетинг. Організація розрахунків за комерційними операціями в мережі Інтернет. Літ.: [1-7].	2
5	Ефективність функціонування бізнес-структур в мережі Інтернет. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Літ.: [1-7].	2
Разом:		10

5.2 Зміст практичних занять

Перелік практичних занять для студентів денної форми здобуття освіти

Номер п/п	Теми практичних занять, їх теми	Кількість годин
1	Сутність та зміст електронного бізнесу. Сутність електронного бізнесу. Види електронного бізнесу. Види електронних фінансових послуг. Принципи функціонування електронного бізнесу. Характеристики ведення електронного бізнесу. Літ.: [1-3, 6, с. 12-19, 7]	2
2	Правові засади функціонування електронного бізнесу та е-комерції Правові проблеми реалізації схем електронного бізнесу. Світовий досвід правового регулювання електронної комерції. Українське законодавство в сфері електронного бізнесу. Літ.: [1-3, 5, с. 18-23, 7]	2

3	Організація і технологія роботи моделей інтернет-бізнесу. Сутність бізнес-моделей в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Бізнес-стратегії. Літ.: [1-5, 6, с. 24-32, 7]	2
4	Сутність та значення глобальних мереж для ведення бізнесу. Інтернет як основна глобальна мережа для ведення бізнесу. Глобальна мережа Інтернет: сутність та основні поняття. Інтернет-технології та сервіси. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет. Віртуальні приватні мережі. Літ.: [1-3, 4, с. 42-48, 7]	2
5	Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Сутність електронної комерції. Характеристика типів електронної комерції. Технологія започаткування бізнесу е-комерції. Літ.: [1-4, 5, с. 28-30, 7]	2
6	Бізнес-планування в е-комерції. Бізнес-планування в Е-комерції: сутність та принципи. Бізнес-план в електронній комерційній діяльності. Функції бізнес-плану в Е-комерції. Види бізнес-планів для внутрішнього та зовнішнього використання. Структура стандартного бізнес-плану в Е-комерції. Характеристика розділів бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану в Е-комерції. Літ.: [1-3, 4, с. 20-25, 5]	2
7	Тактичні прийоми е-комерції. Поняття стимулювання збуту в Е-комерції. Фактори, що сприяють стимулюванню збуту. Методи заохочення споживачів в Е-комерції. Пробні зразки, демонстраційні версії. Товар за пільговою ціною (знижки). Напрямки зв'язків з громадськістю в Е-комерції. Фактори, що впливають на розвиток цих зв'язків. Основні засоби зв'язків з громадськістю. Спонсорський пакет. Поняття бренду в Е-комерції. Основні характеристики традиційного бренду та відмітні особливості Інтернет-брендів. Найдорожчі бренди світу. Літ.: [1-4, 6, с. 48-50, 7]	2
8	Віртуальні підприємства. Поняття «віртуального підприємства» і «віртуального продукту». Основні характеристики віртуальних підприємств. Оцінка технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Передумови організації віртуальних підприємств. Структурні умови існування віртуальних підприємств. Етапи створення віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості віртуальних підприємств. Види та форми віртуальних підприємств. Критерії класифікації віртуальних підприємств. Функціональні можливості віртуальних підприємств, їх сильні та слабкі місця функціонування. Літ.: [1-3, 5, с. 50-54, 7]	2
9	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 та етапи комерціалізації. Літ.: [1-3, 5, с. 25-28, 7]	2
10	Практичні аспекти здійснення комерційної діяльності електронних торговельних майданчиків. Види торгових майданчиків, головні класифікаційні критерії. Біржа. Аукціон. Процес створення сайту для Е-торгівлі. Дизайн та Web-студії. Послуги дизайн-студій. М-commerce. Переваги та недоліки в роботі електронних торговельних майданчиків. Предмети торгівлі на електронних торговельних майданчиках. Літ.: [1-3, 5, с. 25-28, 7]	2
11	Електронний бізнес на міжнародних ринках. Адаптація електронного бізнесу до різних ринків. Локалізація контенту, валютні ризики та культурні особливості. Використання міжнародних торгових платформ (Alibaba, JD.com, eBay). Бар'єри виходу на міжнародні ринки та шляхи їх подолання. Кращі кейси успішних міжнародних електронних бізнесів. Літ.: [1-3, 6, с. 42-48, 7]	2

12	Цифровий маркетинг. 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, сайтопромоутинг. Характеристика Інтернет-реклами. Види Інтернет-реклами (банери, текстові блоки, розсилання, спонсорські пакети). Методи реклами (реєстрація в пошукових системах, каталогах, розсилання e-mail, партнерські програми, банерна реклама, зовнішня реклама, телебачення, радіо, журнали). Інтернет реклама як форма Інтернет-бізнесу. Переваги реклами в Інтернеті. Типові послуги електронних рекламних агентств (креатив, медіабайнг, PR-супровід). Літ.: [1-3, 6, с. 42-48, 7]	2
13	Імплементація інструментарію цифрового маркетингу. 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, що дозволяє досягнути ефективної взаємодії з цільовою аудиторією. Комплекс Інтернет-маркетингу комплексу маркетингу. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Посередники електронного ринку. Літ.: [1-3, 6, с. 42-48, 7]	2
14	Організація розрахунків за комерційними операціями в мережі Інтернет. Характеристика готівкових грошей. Види електронних систем взаєморозрахунків. Пластикові карти. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті. Електронні гроші. Переваги та недоліки електронних грошей.. Літ.: [1-6, 7, с. 40-48]	2
15	Ефективність функціонування бізнес-структур в мережі Інтернет. Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Ефективність веб-сайту. Літ.: [1-3, 5, с. 46-48, 6-7]	2
16	Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Характеристика систем захисту інформації в Інтернеті. Безпека в Інтернеті та причини кібер-атаки. Рекомендації по безпеці. Методи захисту інформації (законодавчі, адміністративні, процедурні, програмно-технічні). Категорії захисту в Е-комерції: конфіденційність, цілісність, доступність. Характеристика засобів захисту інформації. Технологія захисту інформації при роботі у мережі Інтернет. Види загроз безпеки інформаційної системи (переривання, перехоплення, модифікація, підробка). Літ.: [1-4, 6, с. 36-38, 6]	2
17	Інструменти безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Вимоги до забезпечення режиму інформаційної безпеки і політика інформаційної безпеки. Різновиди шахрайства в Е-комерції. Криптографічні засоби шифрування інформації. Механізм електронного цифрового підпису та його використання в системах Е-комерції. Роль цифрових сертифікатів і сертифікаційних центрів. Програмне забезпечення для захисту інформації СЕК. Використання Firewall для захисту інформації системи Е-комерції. Протоколи захищених з'єднань (SSL, SET). Захист в електронних платіжних системах на основі пластикових карток і смарт-карток. Технологія захисту інформації в системах цифрових грошей. Літ.: [1-4, 6, с. 36-38, 6]	2
Разом:		34

Перелік практичних занять для студентів заочної форми здобуття освіти

№ з/п	Тема практичного заняття	Кількість годин
1	Сутність та зміст електронного бізнесу. Правові засади функціонування електронного бізнесу та е-комерції. Організація і технологія роботи моделей інтернет-бізнесу. Сутність та значення глобальних мереж для ведення бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Бізнес-планування в е-комерції. Тактичні прийоми е-комерції. Літ.: [1-7].	2
2	Віртуальні підприємства. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків. Електронний бізнес на міжнародних ринках. Цифровий маркетинг. Організація розрахунків за комерційними операціями в мережі Інтернет. Ефективність функціонування бізнес-структур в мережі Інтернет. Проблеми безпеки і механізми захисту комерційної інформації в Інтернеті. Літ.: [1-7].	2
Разом:		4

5.3 Зміст самостійної (у т.ч. індивідуальної) роботи

Самостійна робота здобувачів освіти усіх форм навчання полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, підготовці до практичних занять, виконанні індивідуального домашнього завдання (ІДЗ), тестування з теоретичного матеріалу тощо.

Студенти заочної форми здобуття освіти виконують контрольну роботу, вимоги до виконання якої та варіанти завдань визначено відповідними методичними рекомендаціями, що розміщені в Модульному середовищі для навчання.

Зміст самостійної роботи студентів денної форми здобуття освіти

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Кількість годин
1	Тема 1 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	8
2	Тема 2 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Підбір тематики ІДЗ.	8
3	Тема 3 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Підбір літературних джерел для виконання ІДЗ.	8
4	Тема 4 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	8
5	Тема 5 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	8
6	Тема 6 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Підготовка до тестування за темами 1-7.	8
7	Тема 7 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Тестування за темами 1-7.	9
8	Тема 8 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	8
9	Тема 9 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4
10	Тема 9 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття. Виконання ІДЗ.	4
11	Тема 10 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	9

12	Тема 11 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4
13	Тема 11 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	4
14	Тема 12 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	8
15	Тема 13 Опрацювання теоретичного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	6
16	Тема 14 Підготовка до виступу на практичному занятті. Підготовка до практичного заняття. Підготовка до тестового контролю з тем 8-14.	6
17	Захист ІДЗ. Тестовий контроль за темами 8-14.	4
Разом за семестр		114

На самостійне опрацювання здобувачів освіти виносяться визначені у методичних рекомендаціях до практичних занять та самостійної роботи питання з кожної теми. Керівництво самостійною роботою та контроль за виконанням ІДЗ здійснюється викладачем згідно з розкладом консультацій у позаурочний час.

Вимоги до виконання контрольної роботи (для студентів заочної форми здобуття освіти) викладені в Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни.

6 ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням практикумів), самостійна робота (ІДЗ) і мають за мету – оволодіння здобувачами освіти спеціальною термінологією і набуття ними практичних навичок в межах їх професійної діяльності в контексті створення та забезпечення ефективності електронного бізнесу та е-комерції.

7 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль здійснюється під час лекційних та практичних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком навчального процесу.

При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- виконання вправ та вирішення ситуаційних завдань на практичному занятті;
- тестовий контроль теоретичного матеріалу з вивчених тем;
- презентація результатів виконання ІДЗ.

При виведенні підсумкової семестрової оцінки враховуються результати як поточного контролю, так і підсумкового контролю, який проводиться з усього матеріалу дисципліни за білетами, попередньо розробленими і затвердженими на засіданні кафедри. Здобувач вищої освіти, який набрав з будь-якого виду навчальної роботи, суму балів нижчу за 60 відсотків від максимального балу, не допускається до семестрового контролю, поки не виконає обсяг роботи, передбачений Робочою програмою. Здобувач вищої освіти, який набрав позитивний середньозважений бал (60 відсотків і більше від максимального балу) з усіх видів поточного контролю і не склав іспит, вважається таким, який має академічну заборгованість. Ліквідація академічної заборгованості із семестрового контролю здійснюється у період екзаменаційної сесії або за графіком, встановленим деканатом відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ».

8 ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Політика навчальної дисципліни загалом визначається системою вимог до здобувача вищої освіти, що передбачені чинними положеннями Університету про організацію і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу. Зокрема, проходження інструктажу з техніки безпеки; відвідування занять з дисципліни є обов'язковим. За об'єктивних причин (підтверджених документально) теоретичне навчання за погодженням із лектором може відбуватись в індивідуальному режимі. Успішне опанування дисципліни і формування компетентностей і програмних результатів навчання передбачає необхідність підготовки до практичних занять (вивчення теоретичного матеріалу з теми, активно працювати на занятті, брати участь у дискусіях, інтерактивних вправах, вирішенні проблемних питань за допомогою кейс-методу).

Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни. Пропущене практичне заняття здобувач зобов'язаний відпрацювати у встановлений викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Засвоєння студентом теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється за результатами виконання завдань під час практичних занять, тестування й виконання ІДЗ.

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну роботу з дисципліни, має дотримуватися політики доброчесності (заборонені списування, підказки, плагіат, використання штучного інтелекту (без вірного цитування)). У разі порушення політики академічної доброчесності в будь-яких видах навчальної роботи здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і має повторно виконати завдання з відповідної теми (виду роботи), що передбачені робочою програмою. Будь-які форми порушення академічної доброчесності під час вивчення навчальної дисципліни не допускаються та не толеруються.

У межах вивчення навчальної дисципліни здобувачам вищої освіти передбачено визнання і зарахування результатів навчання, набутих шляхом неформальної освіти, яка сприяє формуванню компетентностей і поглибленню результатів навчання, визначених робочою програмою дисципліни, або забезпечують вивчення відповідної теми та/або виду робіт з програми навчальної дисципліни (детальніше у Положенні про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ).

9 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ У СЕМЕСТРІ

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». При поточному оцінюванні виконаної здобувачем з кожного виду навчальної роботи (робота) і отриманих ним результатів викладач виставляє йому певну кількість балів із призначених робочою програмою для цього виду роботи. При цьому кожна робота може бути зарахована, якщо здобувач набрав не менше 60 відсотків (мінімальний рівень для позитивної оцінки) від максимально можливої суми балів, призначеної кожному виду навчальної роботи.

Будь-які форми порушення академічної доброчесності не допускаються та не толеруються.

Отриманий здобувачем бал за зарахований вид навчальної роботи після її оцінювання викладач виставляє в електронному журналі обліку успішності здобувачів вищої освіти. За умови виконання усіх видів навчальної роботи за результатами поточного контролю протягом вивчення навчальної дисципліни, встановлених цією Робочою програмою, здобувач денної форми здобуття освіти з навчальної дисципліни, підсумковим контролем для якої є залік, може набрати до 100 балів. Позитивну підсумкову оцінку здобувач може отримати, якщо за результатами навчання набере від 60 до 100 балів. Семестрова підсумкова оцінка розраховується в автоматизованому режимі в інформаційній підсистемі «Електронний журнал» (ІС «Електронний університет») і відповідно до накопиченої суми балів визначається оцінка за інституційною шкалою та шкалою ЄКТС (див. таблицю 9.8), яка заноситься в залікову відомість, а також до Індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти.

Таблиця 9.1 – Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів *денної* форми здобуття освіти у другому семестрі

Аудиторна робота								Контрольні заходи		Самостійна робота (ІДЗ)	Семестровий контроль	Разом
Практичні заняття (мінімум – 8 контрольних точок)								Тестовий контроль:			Іспит	Сума балів
1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-17	T*1-7	T 8-14			
Кількість балів за вид навчальної роботи (мінімум-максимум)												
3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	6-10	24-40	
24-40								6-10		6-10	24-40	60-100**

Примітка: *Т – тема навчальної дисципліни; ІДЗ – індивідуальне домашнє завдання.

**За набрану з будь-якого виду навчальної роботи з дисципліни кількість балів, нижче встановленого мінімуму, здобувач отримує незадовільну оцінку і має її перездати у встановлений викладачем (деканом) термін. Інституційна оцінка встановлюється відповідно до таблиці 9.8.

Таблиця 9.2 - Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів *денної* форми здобуття освіти у другому семестрі

Аудиторна робота		Самостійна, індивідуальна робота				Семестровий контроль	Разом
Практичне заняття		Контрольна робота		Тестовий контроль		Іспит	Сума балів
1	2	Якість виконання	Захист роботи	T*1-7	T 8-14		
		Кількість балів за вид навчальної роботи (мінімум-максимум)					
3-5	3-5	15-25	3-5	3-5	3-5	30-50	60-100
6-10		18-30		6-10		30-50	

Оцінювання якості виконання контрольної роботи студентами заочної форми здобуття освіти

Контрольна робота передбачає виконання трьох теоретичних завдань. Варіанти контрольних робіт та зміст завдань наведено в предметному розділі Модульного середовища ХНУ. При оцінюванні контрольної роботи враховуються повнота відповіді на питання; якість її виконання та захист. Критерії оцінювання контрольної роботи наведені в табл. 9.3.

Таблиця 9.3 – Розподіл балів між завданнями контрольної роботи здобувача вищої освіти

Види завдань	Для кожного окремого виду завдань		
	Мінімальний (достатній) бал	Потенційні позитивні бали* (середній бал)	Максимальний (високий) бал
Теоретичне питання № 1	5	6-7	8
Теоретичне питання № 2	5	6-7	8
Теоретичне питання № 3	5	6-8	9
Всього балів	15		25

Примітка. *Позитивний бал за контрольну роботу, відмінний від мінімального (15 балів) та максимального (25 бал), знаходиться в межах 14-24 балів та розраховується як сума балів за усі структурні елементи (завдання) контрольної роботи.

Оцінювання результатів навчання на практичних заняттях

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: усне опитування студентів на знання теоретичного матеріалу з теми; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення при виконанні завдань практичного спрямування, результати виконання самостійних робіт.

При оцінюванні результатів навчання здобувачів вищої освіти на практичних заняттях викладач користується наведеними нижче критеріями (табл. 9.4).

Таблиця 9.4 – Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти

Оцінка та рівень досягнення здобувачем запланованих ПРН та сформованих компетентностей	Узагальнений зміст критерія оцінювання
Відмінно (високий)	Здобувач вищої освіти глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; уміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає логічний виклад відповіді мовою викладання (в усній або у письмовій формі), демонструє якісне оформлення завдань, вміє аналізувати помилки та виправляти їх. Здобувач не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки, демонструє практичні навички з вирішення фахових завдань. При відповіді допустив дві–три несуттєві <i>помилки</i> .
Добре (середній)	Здобувач вищої освіти виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних задач; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання правил, закономірностей тощо. Відповідь здобувача вищої освіти будується на основі самостійного мислення. Здобувач вищої освіти у відповіді допустив дві–три <i>несуттєві помилки</i> .
Задовільно (достатній)	Здобувач вищої освіти виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь здобувача вищої освіти будується на рівні репродуктивного мислення, здобувач вищої освіти має слабкі знання структури навчальної дисципліни, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно (недостатній)	Здобувач вищої освіти виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекидає їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка «незадовільно» виставляється здобувачеві вищої освіти, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення навчальної дисципліни.

Результати виконання ІДЗ здобувачами вищої освіти оцінюються аналогічно з використанням вищенаведених у таблиці 9.4 критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти (мінімальний позитивний бал – 6 балів, максимальний – 10 балів).

Оцінювання результатів тестового контролю

Кожен з двох тестів, передбачених робочою програмою, складається із 25 тестових завдань. Максимальна сума балів, яку може набрати студент за результатами тестування, складає 10.

Відповідно до таблиці структурування видів робіт за тематичний контроль здобувач залежно від кількості правильних відповідей може отримати від 3 до 5 балів:

Таблиця 9.5 – Розподіл балів в залежності від наданих правильних відповідей на тестові завдання

Кількість правильних відповідей	1–14	15–17	18–22	23–25
Відсоток правильних відповідей	0-59	60-69	70-89	90-100
Кількість балів	-	3	4	5

На тестування відводиться 30 хвилин. Правильні відповіді студент записує у талоні відповідей. Студент може також пройти тестування і в онлайн режимі у Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни. Тестування здобувачів вищої освіти у Модульному середовищі для навчання автоматично оцінюються за критеріями, наведеними у таблиці вище.

При отриманні негативної оцінки тест слід перездати до терміну наступного контролю.

Оцінювання результатів підсумкового семестрового контролю (іспит)

Освітня програма передбачає підсумковий семестровий контроль з дисципліни у формі іспиту, завданням якого є системне й об'єктивне оцінювання як теоретичної, так і практичної підготовки здобувача з навчальної дисципліни. Складання іспиту відбувається за попередньо розробленими і затвердженими на засіданні кафедри білетами. Відповідно до цього в екзаменаційному білеті пропонується поєднання питань як теоретичного (в т.ч. у тестовій формі), так і практичного характеру.

Таблиця 9.6 – Оцінювання результатів підсумкового семестрового контролю здобувачів денної форми здобуття освіти

Види завдань	Для кожного окремого виду завдань		
	Мінімальний (достатній) бал (задовільно)	Потенційні позитивні бали* (середній бал) (добре)	Максимальний (високий) бал (відмінно)
Теоретичне питання № 1	8	12	15
Теоретичне питання № 2	8	12	15
Практичне завдання	8	9	10
Разом:	24		40

Примітка. *Позитивний бал за іспит, відмінний від мінімального (24 бали) та максимального (40 балів), знаходиться в межах 25-39 балів та розраховується як сума балів за усі структурні елементи (завдання) іспиту.

Таблиця 9.7 – Оцінювання результатів підсумкового семестрового контролю здобувачів заочної форми здобуття освіти

Види завдань	Для кожного окремого виду завдань		
	Мінімальний (достатній) бал (задовільно)	Потенційні позитивні бали* (середній бал) (добре)	Максимальний (високий) бал (відмінно)
Теоретичне питання № 1	10	12	15
Теоретичне питання № 2	10	12	15
Практичне завдання	10	15	20
Разом:	30		50

Примітка. *Позитивний бал за іспит, відмінний від мінімального (30 балів) та максимального (54 бали), знаходиться в межах 31-53 балів та розраховується як сума балів за усі структурні елементи (завдання) іспиту.

Для кожного окремого виду завдань підсумкового семестрового контролю застосовуються критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти, наведені у табл. 9.4.

Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС визначається в автоматичному режимі після внесення викладачем результатів оцінювання з усіх видів робіт до електронного журналу. Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведено у табл. 9.8.

Таблиця 9.8 – Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Рейтингова шкала балів	Інституційна шкала (опис рівня досягнення здобувачем вищої освіти запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни)	
		Залік	Іспит/диференційований залік
A	90-100	Зараховано	Відмінно/Excellent – високий рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни, що свідчить про безумовну готовність здобувача до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
B	83-89		Добре/Good – середній (максимально достатній) рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни та готовності до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
C	73-82		Задовільно/Satisfactory – Наявні мінімально достатні для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом результати навчання з навчальної дисципліни
D	66-72		
E	60-65		
FX	40-59	Незараховано	Незадовільно/Fail – Низка запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни відсутня. Рівень набутих результатів навчання є недостатнім для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
F	0-39		Незадовільно/Fail – Результати навчання відсутні

Семестровий іспит виставляється, якщо загальна сума балів, яку набрав студент з дисципліни за результатами поточного та підсумкового контролю, знаходиться у межах від 60 до 100 балів. При цьому за інституційною шкалою ставиться оцінка «відмінно/добре/задовільно», а за шкалою ЄКТС – буквене позначення оцінки, що відповідає набраній здобувачем вищої освіти сумі балів відповідно до таблиці 9.8.

10 ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

1. Сутність електронного бізнесу.
2. Види електронного бізнесу.
3. Види електронних фінансових послуг.
4. Принципи функціонування електронного бізнесу.
5. Характеристики ведення електронного бізнесу
6. Сутність бізнес-моделей в інтернет-бізнесі.
7. Форми взаємодії в електронному бізнесі.
8. Бізнес-стратегії.
9. Інтернет як основна глобальна мережа для ведення бізнесу.
10. Глобальна мережа Інтернет: сутність та основні поняття.
11. Інтернет-технології та сервіси.
12. Призначення комп'ютерних мереж Інтранет та Екстранет.
13. Віртуальні приватні мережі.
14. Сутність електронної комерції.
15. Характеристика типів електронної комерції.
16. Технологія започаткування бізнесу e-Commerce.

17. Сутність та види електронних закупівель.
18. Особливості процесу електронних закупівель.
19. Учасники електронних закупівель їх функціональні ролі.
20. Стратегія і концепція CRM в управлінні бізнесом підприємства.
21. Інструменти CRM.
22. CRM-технології.
23. Класифікація CRM-систем.
24. Концепція маркетингу в середовищі Internet.
25. Інструменти інтернет-маркетингу.
26. Веб-сайт підприємства як бізнес-інструмент.
27. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах.
28. Характеристика готівкових грошей.
29. Види електронних систем взаєморозрахунків.
30. Пластикові карти.
31. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті.
32. Електронні гроші.
33. Переваги та недоліки електронних грошей.
34. Показники вимірювання ефективності електронної комерції.
35. Методи оцінки ефективності систем електронної комерції.
36. Економічна ефективність електронної комерції.
37. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства.
38. Ефективність веб-сайту.
39. Характеристика засобів захисту інформації.
40. Види загроз безпеці інформаційної системи.
41. Функціональні можливості електронної комерції та її види.
42. Системи електронної комерції в секторі B2B.
43. Інтернет-інкубатори.
44. Інтернет-вітрини.
45. Інтернет-магазини.

11 НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Навчальний процес з дисципліни «Електронний бізнес та е-комерція» повністю і в достатній кількості забезпечений необхідною навчально-методичною літературою. Зокрема, підготовлено і видано такі роботи:

1. Електронний бізнес та е-комерція: методичні рекомендації та настанови до вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Т. В. Руда – Хмельницький : ХНУ, 2024. – 75 с.
2. Руда Т.В. Електронний бізнес та е-комерція: лекційний матеріал для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». URL: <https://msn.khmnmu.edu.ua/course/view.php?id=8418>.

12 МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Інформаційна та комп'ютерна підтримка: ПК, планшет, смартфон або інший мобільний пристрій, проєктор. Програмне забезпечення: програми Microsoft Office або аналогічні, доступ до мережі Інтернет, робота з презентаціями.

Вивчення навчальної дисципліни потребує використання спеціального програмного прикладного забезпечення, крім загальноновживаних програм і операційних систем, зокрема LIGA:ZAKON.

13 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Електронний бізнес : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2018. - 292 с.
2. Електронні сервіси в господарській діяльності: навчальний посібник / В. М. Адам, М. С. Долинська та ін.; за заг. ред. М. С. Долинської. 2-ге вид., перероб. Львів: ЛьвДУВС, 2020. 282 с
3. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 – Менеджмент. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 146 с.
4. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчальний посібник. Київ : Аграр Медіа Груп. 2021 – 454 с.
5. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Тебенко В.М. Електронна комерція: курс лекцій.– Мелітополь: Люкс, 2020. – 225 с.
6. Теоретичні та практичні аспекти розвитку Інтернет-економіки: міждисциплінарний навчальний посібник. За науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. Трускавець: ПОСВІТ, 2021, 386 с
7. Яцюк Д. В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. / Яцюк Д.В., Київ. нац. торг.-економ. ун-т. – Київ : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2018. – 295 с.

Додаткова

1. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 №0957 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
2. Про платіжні системи та переказ грошей в Україні. Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text>
3. Про електронний цифровий підпис. Закон України від 22.05.2003 р. №852-IV / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15#Text>
4. Пушкар О.І., Грабовський Є.М. Віртуальні підприємства та електронний бізнес: конспект лекцій – Х.: ХНЕУ, 2008. - 47 с.
5. Volodymyr Muliar, Tetyana Ryda , Volodymyr Dolot , Oleg Didych , Yurii Bilyi , Iurii Chornysh (2022). Public-Private Partnership in the System of Economic Development of the Country. International Journal of Computer Science and Network Security. Vol.22. No.9. P.229-235.
6. Alona Tanasiichuk, Liliia Mykhailyshyn, Larysa Fedoryshyna, Volodymyr Lagodiienko, Ruda Tetyana, Nataliya Polyova, Oksana Yurchenko. Strategies for Sustainable Development of Companies in International Markets in the context of Digitalization. European Journal of Sustainable Development (2024), 13, 2, 12-30 Doi: 10.14207/ejsd.2024.v13n2p12

14 ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Модульне середовище для навчання. URL: <https://msn.khmn.edu.ua/course/view.php?id=8418>.
2. Електронна бібліотека університету. URL: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1page_lib.php.
3. Репозитарій ХНУ. URL: <https://elar.khmn.edu.ua/handle/123456789/6>
4. Офіційний сайт Верховної Ради України – www.rada.gov.ua.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України – www.stat.gov.ua.