

| | |
|---|--|
|  | СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ |
| | «Електронна комерція» |

| | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| Ступінь вищої освіти | <i>Перший (бакалаврський)</i> |
| Освітньо-професійна програма | <i>«Маркетинг»</i> |
| Факультет | <i>Економічний</i> |
| Кафедра | <i>Менеджменту та маркетингу</i> |
| Семестр | <i>6</i> |
| Кількість кредитів | <i>4</i> |
| Мова викладання | <i>українська</i> |

| | |
|-----------------------------|---|
| Викладач | <i>к.е.н., доц. Трофімчук Михайло Олександрович</i> |
| Контактна інформація | <i>mr.trofimchuk@gmail.com</i> |

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

| | |
|---------------------|---|
| Анотація | <p>Дисципліна «Електронна комерція» спрямована на формування системного уявлення про теоретичні засади, економічні механізми та практичні інструменти здійснення підприємницької діяльності в цифровому середовищі. У межах курсу розглядаються сутність, форми та моделі електронної комерції, особливості функціонування електронних ринків, цифрові бізнес-моделі, платіжні системи, логістика та маркетинг в онлайн-середовищі. Освітній компонент передбачає опанування сучасних цифрових технологій, аналіз практичних кейсів та формування навичок прийняття управлінських рішень в умовах цифрової трансформації економіки. Вивчення дисципліни забезпечує підготовку фахівців, здатних ефективно працювати в сфері електронного бізнесу, розробляти та впроваджувати цифрові торговельні стратегії, оцінювати ризики та конкурентні переваги електронної комерції в глобальному економічному просторі.</p> |
| Мета та цілі | <p>Метою навчальної дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, управління та розвитку бізнесу в електронному середовищі. Дисципліна спрямована на розуміння принципів функціонування електронної комерції, механізмів створення інтернет-магазинів і роботи на маркетплейсах, а також на опанування сучасних технологій просування, автоматизації бізнес-процесів та правового забезпечення електронної торгівлі.</p> <p>Завданням навчальної дисципліни «Електронна комерція» є вивчення теоретичних основ, правових і етичних аспектів онлайн-бізнесу, формування знань і навичок зі створення, організації та просування інтернет-магазинів, опанування процесів замовлення, оплати, доставки товарів і автоматизації бізнес-процесів, ознайомлення з принципами роботи на маркетплейсах та розвиток практичних компетентностей для ефективного ведення підприємницької діяльності в цифровому середовищі.</p> |

| | |
|----------------------------|--|
| Результати навчання | Після успішного завершення курсу здобувачі вищої освіти зможуть розуміти концепції та моделі електронної комерції (визначати ключові принципи та особливості функціонування онлайн-бізнесу, аналізувати сучасні тренди та перспективи розвитку галузі), застосовувати технології створення та управління електронними торговельними платформами (розробляти та адмініструвати інтернет-магазини, маркетплейси та інші e-commerce рішення), організувати електронні платежі та забезпечувати їхню безпеку (використовувати різні платіжні системи, оцінювати ризики онлайн-транзакцій та впроваджувати механізми захисту даних), розробляти та реалізовувати стратегії цифрового маркетингу (застосовувати SEO, SMM, контент-маркетинг, email-маркетинг та інші інструменти для просування товарів і послуг в Інтернеті), використовувати аналітичні інструменти для оцінки продажів, поведінки споживачів та оптимізації бізнес-процесів, оцінювати правові та етичні аспекти електронної комерції, організувати логістичні процеси та управління ланцюгами постачання, використовувати інноваційні технології в e-commerce. |
| Soft skills | Під час вивчення дисципліни «Електронна комерція» здобувачі вищої освіти розвиватимуть такі soft skills як критичне та аналітичне мислення – здатність оцінювати ринкові тенденції, аналізувати великі обсяги даних та приймати виважені бізнес-рішення; креативність та інноваційність – розробка унікальних стратегій просування, адаптація бізнес-моделей до цифрового середовища; комунікативні навички – ефективна взаємодія з клієнтами, партнерами, командою через онлайн-канали, ведення переговорів та продажів; цифрова грамотність – упевнене використання сучасних технологій, платформ для електронної комерції, аналітичних інструментів та онлайн-маркетингу; адаптивність та гнучкість – швидке реагування на нові технології, зміни в споживчих звичках та конкуренції. |
| Пререквізити | Для успішного опанування дисципліни «Електронна комерція» здобувачі освіти повинні мати знання з економіки і фінансів підприємства, менеджменту, розуміти особливості поведінки споживачів і маркетингових комунікацій у цифровому середовищі, володіти основами інформаційно-комунікаційних технологій, веб-аналітики та веб-дизайну, а також орієнтуватися в правових аспектах господарської діяльності, мати аналітичні навички роботи з економічними даними. |

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

| Тема | План, короткі тези | Завдання | К-ть балів |
|---|---|---|-------------------|
| Тема 1. Теоретичні основи електронної комерції | Сутність, основні поняття та етапи становлення електронної комерції. Суб'єкти та об'єкти електронної комерції. Принципи електронної комерції. Форми та моделі (сегменти ринку) електронної комерції. Способи організації бізнесу в електронній комерції. Переваги та недоліки електронної комерції. | Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання | 8 |
| Тема 2. Правові та етичні аспекти електронної комерції | Основи правового регулювання електронної комерції в Україні. Політика конфіденційності та захист персональних даних в електронній комерції. Укладання договорів в електронній комерції. | Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання | 6 |

| | | | |
|--|--|---|----------|
| <p>Тема 3 Теоретичні та організаційні засади створення і функціонування інтернет-магазину</p> | <p>Базові засади функціонування інтернет-магазину. Основні етапи реалізації інтернет-магазину. Структура інтернет – магазину. Інструменти для створення структури інтернет-магазину.</p> | <p>Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання, виконання індивідуального завдання (1 на вибір)</p> | <p>8</p> |
| <p>Тема 4. Організація процесу замовлення товарів в інтернет-магазині</p> | <p>Швидке оформлення замовлення в інтернет – магазині. Оформлення замовлення в 1 клік, або через опцію «передзвоніть мені». «Кошик» як основа для оформлення замовлення. Покинуті кошики. Оформлення замовлення через кошик.</p> | <p>Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання</p> | <p>8</p> |
| <p>Тема 5. Організація процесу оплати та доставки товарів в інтернет-магазині</p> | <p>Способи доставки товарів з інтернет-магазину. Загальні засади з організації оплати в інтернет-магазині. Особливості реалізації можливостей онлайн-оплати в інтернет-магазинах. Принцип роботи інтернет-еквайрингу. Популярні сервіси інтернет-еквайрингу в Україні.</p> | <p>Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання, виконання індивідуального завдання (1 на вибір)</p> | <p>8</p> |
| <p>Тема 6. Просування інтернет-магазину (SEO, реклама та SMM)</p> | <p>Сутність SEO, цілі, завдання фактори, переваги та недоліки SEO в електронній комерції. Етапи реалізації SEO інтернет-магазину. Рекламні інструменти в E-commerce. Просування інтернет-магазину у соціальних мережах. Оцінка ефективності просування інтернет-магазину</p> | <p>Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання, виконання індивідуального завдання (1 на вибір)</p> | <p>8</p> |
| <p>Тема 7. Бізнес-процеси в інтернет-магазині та їх оптимізація</p> | <p>Сутність та специфіка бізнес-процесів в інтернет-торгівлі. Автоматизація бізнес-процесів інтернет-магазину. Інструменти для автоматизації та алгоритм оптимізації бізнес-процесів. CRM для інтернет-магазину. Інтеграція CRM та CMS.</p> | <p>Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання, виконання індивідуального завдання (1 на вибір)</p> | <p>6</p> |
| <p>Тема 8. Організація інтернет-</p> | <p>Сутність та особливості маркетплейсів. Співставлення індивідуальних інтернет магазинів та маркетплейсів. Вибір</p> | <p>Вивчення лекційного матеріалу, опрацювання завдань</p> | <p>8</p> |

магазину на маркетплейсах

маркетплейсу для інтернет-магазину. Різновиди маркетплейсів. Початок роботи на маркетплейсі. Просування та маркетинг на маркетплейсах. Ціноутворення та система комісій. Логістика та виконання замовлень.

самостійної роботи, виконання тестових завдань до теми, виконання практичного завдання, виконання індивідуального завдання (1 на вибір)

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Основна

1. Dr.S.Roja (2022) E-COMMERCE. Vikas. Publishing House Pvt. Ltd.144 https://mis.alagappauniversity.ac.in/siteAdmin/dde-admin/uploads/4/PG_M.Com_Finance%20&%20Control_33542%20E-COMMERCE.pdf
2. Richard T. Watson, Pierre Berthon, Leyland F. Pitt, George M. Zinkhan. Electronic Commerce: The Strategic Perspective. Open University of Hong Kong 147p. https://www.opentextbooks.org.hk/system/files/export/24/24988/pdf/Electronic_Commerce_The_Strategic_Perspective_24988.pdf
3. Берч, В. В. (2024). Правове регулювання електронної комерції: міжнародні та національні стандарти. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*, 2(85), 11-16.
4. Виноградова О. В., Недопако Н. М. Маркетинг у соціальних мережах : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2022. 202 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2239_36285110.pdf
5. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Реклама у Фейсбуку та інстаграмі. Книгаінструкція. Київ: ТОВ «Гнозіс», 2021. 110 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2254_12113082.pdf
6. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Національний авіаційний університет, Інститут післядипломного навчання, Бізнес-школа НАУ. Київ : Кондор, 2021. 299 с.
7. Довідковий центр Google Analytics. <https://support.google.com/analytics/?hl=uk&sjid=17415334174598886203-EU#topic=14090456>
8. Довідковий центр Google Trends. <https://support.google.com/analytics/?hl=uk&sjid=17415334174598886203-EU#topic=14090456>
9. Дращниця. С.А. Електронна комерція : навч. посіб Львів : Новий Світ – 2000, 2022. 182с.
10. Електронна комерція: підруч. / М. З. Швиденко, О. М. Касаткіна, О. М. Швиденко; Національний університет біоресурсів і природокористування України. Перевидання, доповнене і перероблене. Київ : ФОП Ямчинський О.В., 2020. 478 с.
11. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с. <https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2025/03/11.3-Kraus.pdf>
12. Петруненко Я. В. Правове регулювання електронної комерції в умовах розвитку цифрової економіки в Україні/ Я. В. Петруненко, М. В. Сиротко, В. В. Тройніков // Науковий вісник Ужгородського університету: серія: Право / голов. ред. Ю. М. Бисага – Ужгород, 2023. –Т. 1. Вип. 79. – С. 278-285. – Бібліогр.: с. 284-285 (18 назв). URL <http://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/288619/282275>
13. Посібник з SEO для інтернет-магазину. <https://hostiq.ua/blog/ukr/seo-ecommerce-guide/>
14. Про електронну комерцію. Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
15. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція : навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2017. 244 с.
16. Трофімчук М. О., Колоїзд О. В. Використання статистично-аналітичних веб-інструментів для аналізу та прийняття управлінських рішень в електронній комерції // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". – 2025. – № 8.
17. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2019. С. 216. <https://opentextbc.ca/electroniccommerce/>

18. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: Навч. посіб. – Львів: Видавництво ННБК «АТБ», 2021. 219 с. https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/BSM_navchalnyy-posibnyk_2.pdf

Допоміжна

1. Смс для інтернет магазину. <https://wezom.com.ua/ua/blog/luchshaja-cms-dlja-internet-magazina>
2. Е-commerce: що треба знати і які зараз тренди? Школа бізнесу Нова Пошта – інтенсивний освітній практикум для власників малого та середнього бізнесу. <https://online.novaposhta.education/blog/e-commerce-shho-treba-znati-i-yaki-zaraz-trendi>
3. Hagiu, A., & Wright, J. (2015). Marketplace or reseller?. Management Science, 61(1), 184-203. <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.2014.2042>
4. Search Engine Optimization (SEO) Starter Guide. Google Developers. <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide>
5. Від інтернет магазину до клієнта: як організувати доставку. <https://wezom.com.ua/ua/blog/ot-internet-magazina-k-klientu-kak-organizovat-dostavku>
6. Волинець, В. В. (2024). Юридичні аспекти захисту конфіденційності та безпеки даних в електронній комерції. Академічні візії, (29). вилучено із <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/1093>
7. Заяць О. І., Якоб Є. Й. Найбільші ринки електронної торгівлі в глобальному господарстві. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2023. Вип. 47. С. 30-35. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-47-6>
8. Заяць О., Капко Я. Сучасні тенденції розвитку електронної комерції. Економіка та суспільство. 2023. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-65>
9. Звягінцева, О. Що таке e-commerce? Kyivstar Business. <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-e-commerce>
10. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. Суми : СДУ, 2021. 259 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83910>
11. Соколова, Н. (2023). Оцінка впливу ефективності бізнес-процесів на конкурентостійкість підприємств електронного бізнесу. Економіка та суспільство, (53). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-47>
12. Ставерська, Т., & Літвінова, Ю. (2024). Еволюція платіжних систем: інновації на шляху до цифрового майбутнього. Економіка та суспільство, (60). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-85>
13. Створення eCommerce бізнес-плану для вашого інтернет-магазину: покроковий гайд. <https://wezom.com.ua/ua/blog/stvorennya-ecommerce-biznes-planu-dlya-vashogo-internet-magazinu-pokrokoviy-gayd>
14. Українська, Л. О. (2022). Державне регулювання платіжних систем. Вісник економіки транспорту і промисловості, (76-77), 17-23.
15. Щитов Д. М., Мормуль М. Ф. Класифікація платіжних систем в електронній комерції. Науковий погляд: економіка та управління. 2024. №3(87). С. 121-131.
16. Що таке B2B маркетплейс: значення, функції та переваги. <https://wezom.com.ua/ua/blog/b2b-marketplejsy>
17. Як відкрити інтернет-магазин в Україні з нуля. Освітній портал Дія Бізнес. <https://business.dii.gov.ua/history-of-success/yak-vidkryty-internet-mahazyn-v-ukraini-z-nulia>
18. Як обрати платформу для e-commerce: CMS, SaaS чи фреймворк? <https://mercurio-cms.com/blog/yak-obrati-platformu-dlya-e-commerce-cms-saas-chi-freymvork>
19. Як приймати оплату в інтернет-магазині: підключення та налаштування. <https://fondy.ua/uk/knowledge/online-store/>

| | |
|---|---|
| Загальна політика | Здобувач освіти має відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання. |
| Політика щодо дедлайнів та перескладання | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. |
| Політика щодо академічної доброчесності | Під час виконання завдань вимагається дотримання правил академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн-тестування. При виконанні усіх видів завдань у випадку використанні штучного інтелекту здобувач має дотримуватися Політики відповідального, етичного та безпечного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», розробленої для всіх учасників освітнього, наукового та адміністративного процесу. |

ОЦІНЮВАННЯ

| Нарахування балів | |
|--|------|
| Види оцінювання | Бали |
| Змістовий модуль 1 (теми 1-3) | 22 |
| Змістовий модуль 2 (теми 4-8) | 38 |
| Підсумковий контроль (теми 1-8)– екзамен | 40 |

| Розподіл балів для оцінювання успішності студентів | | |
|--|-------------|--|
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою |
| 90-100 | A | відмінно |
| 82-89 | B | добре |
| 74-81 | C | добре |
| 64-73 | D | задовільно |
| 60-63 | E | задовільно |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |