



Відділення менеджменту та маркетингу

ЦК економіки, управління та адміністрування

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	DP009 Електронна комерція E-Commerce
Рівень вищої освіти / фахової передвищої освіти	фахова передвища
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	076 «Підприємництво та торгівля»
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Семестр	6 семестр (9 кл), 4 семестр (11 кл)
Курс	3 курс (9 кл), 2 курс (11 кл)
Анотація курсу	Зростання Інтернету продовжує чинити величезний вплив на бізнес. Компанії та організації всіх типів і розмірів переосмислюють свої стратегії та проведення операційної діяльності. Курс пропонує студентам вивчити реалії та наслідки інтернет-бізнесу та електронної комерції, зокрема. Досліджуються ринки електронної комерції: бізнес-споживач (B2C) і бізнес-бізнес (B2B). Курс знайомить студентів з широким спектром питань електронної комерції як основи для постійного навчання в динамічному середовищі електронної комерції.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view?id=450
Мова викладання	українська
Лектор курсу	викладач Батюк Альона Василівна канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті Ел.пошта: pronenko.alona30@icloud.com Тел. 073-31-719-91 (Viber, Telegram)
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма	http://csbc.edu.ua/documents/otdel/moop1_p.pdf
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

	<p>СК 5.Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>СК 8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p> <p>СК 9.Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>СК 11. Здатність аналізувати стан, тенденції та напрями розвитку ринку товарів та послуг на регіональному та національному рівнях.</p>
Перелік програмних результатів навчання	<p>РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою.</p> <p>РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.</p> <p>РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>РН 11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати їх на практиці.</p> <p>РН 15. Застосовувати моделі електронної комерції в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур для забезпечення їх ефективності.</p> <p>РН 18. Розробляти і втілювати заходи, спрямовані на забезпечення ефективності технології торговельних процесів.</p>
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	<p>Загальна кількість годин – 90</p> <p>Кількість кредитів – 3</p> <p>Кількість лекцій - 20</p> <p>Кількість практичних занять – 22</p> <p>Кількість годин для самостійної роботи студентів – 48</p> <p>Форма підсумкового контролю – екзамен</p>
Методи навчання	<p>Вербальні методи (лекція, пояснення, дискусія, бесіда); наочні методи (презентація, ілюстрація, проведення самостійних спостережень); практичні методи (розв'язування задач, тестів, кейсів тощо); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, підготовка доповіді тощо); методи стимулювання і мотивації навчальної діяльності (формування пізнавальних інтересів студента, навмисна помилка); метод проблемного викладання (монологічного викладу, міркування, діалогічний метод викладу); інтерактивні методи кооперованого та колективно-групового навчання (робота в групах, робота в парах, мозковий штурм); кейс-метод (вирішення ситуацій, проблемних завдань); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані).</p>
Зміст дисципліни	
Тема 1. Стан та тенденції розвитку електронної комерції в Україні	<p>Поняття електронної комерції. Види електронної комерції. Історія розвитку електронної комерції. Стан електронної комерції в Україні.</p>

	<p>Проблеми та виклики ринку електронної комерції в Україні. Майбутні тенденції електронної комерції.</p> <p>Практичне завдання 1. Створення онлайн-магазину та заповнення картки товару.</p> <p>Практичне завдання 2. Створення промо-боксу для онлайн-магазину. Створення посилання на соціальні мережі для магазину.</p>
Тема 2. Юніт-економіка в електронній комерції	<p>Юніт-економіка і її головні положення. Завдання та переваги юніт-економіки. Юніт-економіка: приклад впровадження. LTV-клієнта</p> <p>Практичне завдання 3. Юніт-економіка: калькулятор розрахунку прибутку.</p>
Тема 3. Воронка продажів	<p>Поняття воронки продажів. Типи воронки продажів. Необхідність дослідження воронки продажів для бізнесу. Приклади воронки. Цикл взаємодії з клієнтом.</p> <p>Практичне завдання 4. Дослідження воронки продажів обраного бізнесу.</p> <p>Практичне завдання 5. Прорахунок воронки продажів.</p>
Тема 4. Створення портрету клієнта	<p>Поняття терміну «портрет клієнта» та необхідність використання. Look a like аудиторія. Ключові характеристики.</p> <p>Практичне завдання 6. Створення портрету клієнта для бізнесу.</p>
Тема 5. Лендинг-пейдж як інструмент електронної комерції	<p>Розуміння принципів лендинг-пейдж. Етапи створення лендингу. Функціональні елементи. Принципи дизайну лендингу. Ефективність лендингу.</p> <p>Практичне завдання 6. Аналіз лендинг-пейдж: переваги та недоліки</p> <p>Практичне завдання 7. Створення власного лендинг пейдж</p>
Тема 6. Соціальні мережі в електронній комерції	<p>Соціальні мережі та їх вплив на зростання продажів онлайн. Головні платформи. Особливості продажу у соціальних мережах.</p> <p>Практичне завдання 7. Створення сторінки в інстаграм та прив'язка до онлайн-магазину. Створення контенту у Canva</p> <p>Практичне завдання 8. Створення стратегії розвитку соціальної мережі для бізнесу.</p>
Тема 7. Маркет-плейси	<p>Дослідження основних маркет-плейсів у світі та в Україні.</p> <p>Практичне завдання 9. Алгоритм придбання товару на сайті Amazon.com</p> <p>Практичне завдання 10. Дослідження маркет-плейсу Amazon.com</p> <p>Практичне завдання 11. Покупка товару на e-bay</p>
Тема 8. Створення текстового контенту для продажу товарів онлайн	<p>Практичне завдання 12. Створення текстового контенту</p> <p>Практичне завдання 13. Написання скриптів з продажу товарів онлайн</p>
Тема 9. Цифровий маркетинг як важлива складові електронної комерції	<p>Особливості сучасного Internet-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами. Ефективність Інтернет-реклами. Вірусний маркетинг та спам.</p> <p>Практичне завдання 14. Google Ads.</p> <p>Практичне завдання 15. Google Merchant Centre.</p> <p>Практичне завдання 16. YouTube Ads.</p>
Тема 10. E-mail маркетинг	<p>Сутність Email-маркетингу. Цілі в Email-маркетингу. Типи регулярних розсилок і підходи до їх сегментування. Створення переліку email-розсилки.</p> <p>Практичне завдання 17. Створення email кампанії.</p>

Тема 11. Безпека та захист інформації в електронній комерції	Характеристика засобів захисту інформації. Технологія захисту інформації при роботі у мережі. Види загроз безпеки інформаційної системи. Методи захисту. Шифрування та електронно-цифровий підпис.
Тема 12. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції	Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Правове регулювання електронної комерції в Україні та у світі. Системи електронного документообігу в електронній комерції. Практичне завдання 18. Створення електронного цифрового підпису та реєстрація Податкового кабінету
Тема 13. Електронні платіжні системи	Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них. Особливості кредитних Internet-систем. Дебетові Internet-системи та їх специфічні платіжні засоби. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet. Практичне завдання 19. Дослідження платіжної системи
Тема 14. Електронні гроші. Українські та міжнародні електронні гаманці	Поняття «електронні гроші». Національний банк України як регулятор обігу електронних грошей. Розвиток міжнародних та вітчизняних електронних гаманців. Практичне завдання 20. Створення електронного гаманця

Політика дисципліни

Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.
Політика щодо дедайлнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.

Система оцінювання

Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на **поточний контроль** та **семестровий контроль**.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100.

Підсумковий контроль

Відбуватися у формі іспиту

Розрахунок підсумкової оцінки:

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях (20 пр. завдань по 2 бали)	40
Створення власного електронного магазину	15
Проходження курсу на Prometheus «Цифровий маркетинг»	10
Креативна презентація на обрану тему	5

Екзамен	30
Разом	100

Критерії оцінювання практичних завдань

Рівень виконання	Бали за одне завдання	Характеристика
Високий	2	Завдання виконано повністю і правильно
Достатній	1,5	Є незначні неточності
Середній	1	Завдання виконано частково
Низький	0,5	Фрагментарне виконання
Не виконано	0	Завдання відсутнє

Критерії оцінювання створення електронного магазину

Критерій	Максимальні бали
Функціональність магазину	5
Дизайн та зручність користування	3
Наповнення контентом	3
Інструменти цифрового маркетингу	2
Захист роботи	2
Разом	15

Критерії оцінювання проходження онлайн-курсу

Рівень	Бали	Умови
Курс завершено	10	Надано сертифікат
Часткове проходження	5	Виконано понад 50%
Не виконано	0	Відсутнє підтвердження

Критерії оцінювання презентації

Критерій	Максимальні бали
Розкриття теми	2
Креативність	1

Оформлення	1
Захист	1
Разом	5

Шкала оцінювання		
ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
B	80-89	Повні знання, міцні вміння
C	70-79	Хороші знання та вміння
D	65-69	Задовільні знання, стереотипні вміння
E	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
FX	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
F	1-34	Необхідний повторний курс

Список рекомендованих джерел

1. Bruno Moriset. E-Business and e-Commerce [Електронний ресурс] / Bruno Moriset // Jean Moulin Lyon 3 University – Lyon – France. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01764594/document> (дата звернення: 14.06.2022)
2. E-Business vs E-Commerce, Know The Differences [Електронний ресурс] // Magento Expert. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://medium.com/@Magento_expert/e-business-vs-e-commerce-know-the-differences-151ec9baf0fe (дата звернення: 20.12.2022)
3. Ecommerce [Електронний ресурс] // Business encyclopedia. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.shopify.com/encyclopedia/what-is-ecommerce> (дата звернення: 20.01.2023)
4. International E-Commerce: A Comprehensive Guide [Електронний ресурс] // Flow Logo. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.flow.io/international-e-commerce/>. (дата звернення: 15.01.2023)
5. Introduction to e-commerce [Електронний ресурс] // <https://www.semanticscholar.org>. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://pdfs.semanticscholar.org/173c/819ce3fccafdc4f64af71fd6868e815580ad.pdf>. (дата звернення: 17.01.2023)
6. Khurana A. Advantages of E-commerce Over Traditional Retail [Електронний ресурс] / Ajeet Khurana // Basics. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thebalancesmb.com/advantagesof-ecommerce-1141610> (дата звернення: 14.01.2023)
7. Khurana A. Disadvantages of E-commerce [Електронний ресурс] / Ajeet Khurana // Basics. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thebalancesmb.com/disadvantages-of-e-commerce1141571> (дата звернення: 10.12.2022)
8. Khurana A. E-Commerce Basics: Types, Trends, and How Transactions Work [Електронний ресурс] / Ajeet Khurana // E-Commerce Basics. – 2019. – Режим доступу

- до ресурсу: <https://www.thebalancesmb.com/let-s-ask-the-basic-question-what-is-ecommerce-1141599> (дата звернення: 15.01.2023)
9. Rouse M. e-commerce (electronic commerce) [Електронний ресурс] / Margaret Rouse // SearchCIO. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://searchcio.techtarget.com/definition/e-commerce> (дата звернення: 15.01.2023)
 10. Все про електронну комерцію: електронна комерція, локальна економіка, місцева валюта, open source. URL: <https://e-commerce.com.ua/> (дата звернення: 20.01.2023)
 11. Кармазінова В. Д., Котова М. В. Брендинг в електронній торгівлі. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2019. Вип. 34. С. 59–62.
 12. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 295–303. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-295-303> (дата звернення: 14.01.2023)
 13. Копішинська О. П. Електронна комерція : [Завд. та метод. рекомендації для лабораторних робіт] / О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. – Полтава: ПДАА, 2019. – 80 с.
 14. Кохан Б. А. Адміністративні послуги в електронній формі: досвід країн ЄС та перспективи розвитку в Україні. Право і суспільство. 2019. № 2. Ч. 2. С. 111–115.
 15. Петренко В. С., Карнаушенко А. С. Сучасний стан та перспективи розвитку доставки продуктів харчування в Україні. Приазовський економічний вісник. 2020. Вип. 1. С. 132–138.
 16. Яценко О. М., Грязіна А. С., Шевчик О. О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8. С. 4–15.
 17. Ілляшенко С. С., Іванова Т. Є. Електронна комерція та інтернет-маркетинг. Суми : Університетська книга, 2021. 360 с.
 18. Котлер Ф., Картаджая Г., Сетіаван А. Маркетинг 5.0. Технології майбутнього. Київ : КМ-Букс, 2021. 304 с.
(актуально для тем цифрового маркетингу, клієнтського досвіду, автоматизації)
 19. Примак Т. О. Цифровий маркетинг і електронна комерція. Київ : КНЕУ, 2022. 280 с.
 20. Шкроміда В. В. Розвиток електронної комерції як чинник цифрової трансформації бізнесу // Економіка та держава. 2021. №9. С. 64–69.
 21. Дія.Бізнес. Онлайн-торгівля, маркетплейси, платіжні системи. URL: <https://business.diia.gov.ua> (дата звернення: 2026).