

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

**Навчально-науковий інститут денної освіти**  
**Кафедра міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

(підпис)

Вікторія СТРИЛЕЦЬ

« 28 » \_\_\_\_\_ 2024 р.

## **РОБОЧА ПРОГРАМА**

навчальної дисципліни

*«Міжнародна електронна комерція»*

**освітня програма** «Міжнародний бізнес»

**спеціальність** 292 Міжнародні економічні відносини

**галузь знань** 29 Міжнародні відносини

**ступінь вищої освіти** бакалавр


Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародна електронна комерція» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин  
Протокол від 28 червня 2024 року № 10

**Полтава 2024**

Укладач: Франко Л.С., старший викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Міжнародний бізнес» 292 Міжнародні економічні відносини ступеня бакалавр

  
Вікторія СТРИЛЕЦЬ  
(підпис)  
« 28 » 06 20 24 року

### Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 – Опис навчальної дисципліни «Міжнародна електронна комерція»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити</i> – «Міжнародний бізнес», «Глобальна цифрова екосистеми», «Міжнародні економічні відносини», «Міжнародний маркетинг». <i>Постреквізити</i> – «Інвестиційний клімат зарубіжних країн», «Міжнародний цифровий бізнес».	
Мова викладання	Українська	
Статус дисципліни – обов'язкова		
Курс/семестр вивчення	4 курс, 7 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС / кількість модулів	5/2	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 7 семестр – 150 годин		
- лекції: 20 годин		
- практичні заняття: 40 годин		
- самостійна робота: 90 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК		
Заочна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 7 семестр – 150 годин		
- лекції: 8 годин		
- практичні заняття: 4 годин		
- самостійна робота: 138 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК		

## Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

*Мета* вивчення навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо здійснення ділових, комерційних, маркетингових та інших операцій у сфері цифрової економіки із використанням електронних засобів обробки інформації та всесвітньої мережі інтернет у галузях майбутньої професійної діяльності.

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПРН 05. Володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них.</p> <p>ПРН 08. Розуміти, виділяти й описувати нові явища, процеси й тенденції глобального розвитку, механізми й інструменти реалізації економічної політики та світових інтеграційних / дезінтеграційних процесів, у тому числі та євроатлантичної інтеграції.</p> <p>ПРН 15. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.</p> <p>ПРН 16. Демонструвати знання про стан досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками.</p> <p>ПРН 19. Розуміти та застосовувати чинне законодавство, міжнародні нормативні документи і угоди,</p>	<p>ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 12. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>СК 06. Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі.</p> <p>СК 08. Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.</p> <p>СК 14. Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами.</p> <p>СК 17. Здатність оцінювати та прогнозувати тенденції в цифровій економіці та їх наслідки для міжнародного бізнесу, використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології для оцінювання міжнародного цифрового бізнес-</p>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
довідкові матеріали, чинні стандарти і технічні умови тощо у сфері міжнародних економічних відносин.	середовища, адаптувати цифрові бізнес-моделі міжнародних компаній до викликів сьогодення.

### **Розділ 3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Модуль 1. Електронна комерція в системі глобальної цифрової екосистеми**

##### ***Тема 1. Основні поняття електронної комерції та її місце у системі цифрової екосистеми.***

Глобальна цифрова екосистема та її особливості. Сутність і об'єктивні передумови виникнення електронного бізнесу. Інтернет як середовище ведення підприємницької діяльності. Сучасна цифрова економіка. Електронні ринки: їх сутність, структура, функції учасників. Концептуальні моделі електронних трансакцій та їх класифікація. Переваги функціонування електронного бізнесу. Принципи функціонування електронного бізнесу. Фактори, що впливають на розвиток технологій електронного бізнесу: загальноекономічні, правові, інфраструктурні, управлінські. Організаційно-технологічна база електронного бізнесу. Моделі електронного бізнесу. Відмінні особливості і тенденції розвитку електронного бізнесу. Співвідношення понять електронний бізнес, електронна комерція, електронна посередництво, електронна торгівля.

Електронна комерція як складова електронного бізнесу на міжнародному рівні. Переваги та недоліки електронної комерції. Основні поняття електронної комерції. Історія появи і етапи розвитку електронної комерції. Передумови виникнення електронної комерції: економічні, технологічні, правові. Зміни в економіці, викликані появою електронної комерції. Фактори розвитку електронної комерції. Сутність мобільної та голосової комерції («mobile commerce», «voice commerce»). Структура міжнародного ринку електронної комерції. Специфіка міжнародного конкурентного середовища на ринку електронної комерції. Вплив розвитку електронної комерції на економіку. Фактори, що впливають на розвиток електронної комерції в Україні.

##### ***Тема 2. Бізнес-моделі електронної комерції***

Структурно-функціональні схеми бізнес-моделей систем електронної комерції. Модель агрегації. Модель торговельного концентратора. Модель дошки оголошень або електронного довідника-каталогу. Модель аукціонів. Модель цілком автоматизованої біржі. B2B (Business-to-Business) – міжкорпоративні бізнес-процеси в Інтернеті. Електронна комерція на споживчому ринку товарів і послуг: технології B2C (Business-to-Consumer). Електронна комерція в секторі C2C (Consumer-to-Consumer). Модель електронної комерції B2A (Business-to-Administration). Модель електронної комерції C2A (Consumer-to-Administration). Бізнес-модель електронної

економічної діяльності E2E (Exchange-to-Exchange). Взаємодія бізнесу і громадян з державою: B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners) – електронна взаємодія онлайн-учасників з філіями й партнерами, створення спільних підприємств і співпраця з постачальниками послуг. B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) – інтеграція систем класу B2B і B2C на єдиній платформі. D2C (Direct-to-Consumer) прямий продаж бренду кінцевому споживачеві. Взаємодія учасників у кожній з моделей електронної комерції.

### ***Тема 3. Електронна торгівля як складова міжнародної електронної комерції***

Особливості здійснення торговельної діяльності в середовищі Інтернет. Сутність електронної торгівлі (e-trade). Ключові переваги електронної торгівлі. Недоліки електронної торгівлі. Система суб'єктів та умови здійснення електронної торгівлі. Інфраструктура системи електронної торгівлі. «Інтернет-речей» (IoT-Internet of things), Progressive Web App (PWA), Google Shopping Actions, месенджери як інструменти здійснення електронної торгівлі. Основні бізнес-моделі електронної торгівлі. Характеристика бізнес-процесів електронної торгівлі.

### ***Тема 4. Державне регулювання електронної торгівлі***

Основні вимоги та рекомендації міжнародних організацій щодо процедур і правил електронної торгівлі. Роль і функції держави стосовно забезпечення легітимного застосування електронної мережі телекомунікації для здійснення комерційної діяльності. Захист конфіденційності інформації в електронній торгівлі. Електронні довірчі послуги та електронна ідентифікація. Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій. Правовий захист інформації. Інтелектуальна власність в мережі. Електронні бюро претензій (світовий і вітчизняний досвід). Правові засади електронного бізнесу. Інструменти правового регулювання взаємовідносин в електронному бізнесі. Сфери правового регулювання в електронному бізнесі. Міжнародні правові основи електронної комерції. Аналіз досвіду правового регулювання електронної торгівлі в окремих країнах світу. Стратегії розвитку та державного регулювання процесів електронної торгівлі в США і Канаді. Організація і регулювання електронної торгівлі в країнах ЄС. Особливості розвитку і регулювання процесів електронної торгівлі в країнах Південно-Східної Азії. Законодавство про захист прав суб'єктів електронної торгівлі у правовому просторі України.

### ***Тема 5. Електронні платіжні системи та розрахунки за товари і послуги***

Сутність та функції електронних платіжних систем. Етапи розвитку платіжних систем в Інтернеті. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки. Історія виникнення та основні переваги використання пластикових карт. Класифікація пластикових карт. Переваги та недоліки використання пластикових карток в електронній торгівлі.

Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті. Технологія кредитування в розрахунках за пластиковими картками. Електронний банкінг. Передумови виникнення електронного банкіngu. Технологія функціонування систем «Інтернет-Банк», «Клієнт-банк». Фактори та напрямки розвитку послуг інтернет-банкіngu. Використання технології «blockchain» в електронних транзакціях. Електронні гроші як інструмент електронної платіжної системи. Передумови виникнення та принципи функціонування електронних грошей. Переваги використання електронних грошей. Недоліки електронних грошей. Механізми та принципи створення електронних грошей. Принципи використання цифрового підпису в системах електронних грошей. Здійснення розрахунків за допомогою електронних грошей. Віртуальний (цифровий, електронний) гаманець. Типи електронних гаманців. Взаєморозрахунки за товари та послуги з використанням мобільних засобів.

## **Модуль 2. Організація і технологія електронної торгівлі**

### ***Тема 6. Організація роздрібної електронної торгівлі***

Особливості здійснення торговельної діяльності в середовищі Інтернет. Механізм роздрібної електронної торгівлі. Види роздрібної електронної торгівлі. Класифікація систем роздрібної електронної торгівлі. Поняття Інтернет-магазину і особливості його функціонування. Функції Інтернет-магазину. Класифікація Інтернет-магазинів. Основні етапи створення системи Інтернет-торгівлі. Проведення маркетингових досліджень в Інтернет. Критерії вибору ніші. Особливості вивчення конкурентного середовища в мережі Інтернет. Використання сервісів веб-аналітики для аналізу конкурентів. Специфіка поведінки споживачів в мережі Інтернет. Моделі споживчої поведінки (Showrooming, Webrooming). Інструменти вивчення поведінки споживачів в мережі Інтернет. Методика визначення цільової аудиторії і її пошуку в Інтернет. Критерії сегментації і їх застосування в мережі Інтернет. Поняття аватара клієнта. Методи залучення покупців. Визначення та позиціонування конкурентної переваги. Особливості ціноутворення в роздрібній електронній торгівлі. Формування цін на товари і послуги в мережі Інтернет. Інструменти активізації роздрібного продажу товарів в середовищі Інтернет. Особливості організації продажу послуг в середовищі Інтернет. Мобільна електронна торгівля: сутність і відмінні риси. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі. Поняття мобільного контенту. Мобільні сервіси та додатки. Основні тенденції та особливості мобільної електронної торгівлі. Мобільні платежі. Мобільний маркетинг і реклама. Світові тенденції розвитку електронної торгівлі. Флагмани ринку Amazon, Ебай, AliExpress. Становлення та розвиток електронної торгівлі в Україні. Актуальні тренди в електронній торгівлі в Україні. Досвід розвитку лідерів ринку – Rozetka.com.ua, Kasta.ua, OLX.ua, Hotline.ua, Prom.ua.

### ***Тема 7. Організація роботи Інтернет-магазину***

Обґрунтування бізнес-плану створення Інтернет-магазину. Розробка проекту сайту, її основні етапи. Базова структура Інтернет-магазину. Основні

підходи до створення сайту Інтернет-магазину, їх переваги та недоліки. Вибір організаційної структури управління управління Інтернет-магазином. Розміщення сайту електронного магазину в мережі Інтернет.

Вибір і обґрунтування моделі логістичної діяльності Інтернет-магазину. Організація взаємодії з постачальниками товарів. Організація закупівлі товарів. Особливості формування асортименту товарів в Інтернет-магазині. Управління товарними запасами в Інтернет-магазині. Сутність і функції фулфілменту. Переваги впровадження фулфілменту в електронній торгівлі. Фулфілмент на прикладі «Amazon», «Zammler», «Нова пошта». Вибір системи доставки товарів покупцям. Організація доставки товарів, придбаних в Інтернет-магазині. Особливості функціонування сервісів доставки через мобільний додаток, на прикладі «Glovo» та «Raketa». Організація пунктів видачі замовлень Інтернет-магазину покупцям. Технологія використання автоматизованих поштових терміналів. Показники ефективності логістичної діяльності Інтернет-магазину.

Оптимізація і просування Інтернет-магазину в пошукових системах. Сутність понять «Інтернет-маркетинг», «Інтернет-реклама», SEO, SEM, SMM і SMO. Системи управління контентом. Види реклами в Інтернет: медійна, контекстна, пошукове просування, взаємодія з тематично близькими і соціальними ресурсами, поштові розсилки, нестандартні рекламні носії, взаємодія з електронними ЗМІ. Основні принципи контекстної реклами і формати. Технологія розміщення контекстної реклами з використанням сервісів. Організація взаємодії з агенціями з Інтернет-маркетингу та реклами. Структура рекламного оголошення в пошукових системах, технологія його розробки. Ефективність реклами в Інтернет (рівень і показник конверсії, CTR, ROI та PI). Сутність, роль та функції соціальних мереж. Основні види соціальних мереж. Загальноформатні соціальні мережі. Професійні соціальні мережі. Соціальні мережі за інтересами. Технологія застосування соціальних мереж для просування Інтернет-магазину.

### ***Тема 8. Організація оптової електронної торгівлі***

Основні процеси здійснення електронної торгівлі в секторі B2B. Основні форми реалізації моделі B2B. Система управління закупівлями (e-procurement). Система повного циклу супроводу постачальників. Система управління продажем (e-distribution). Система повного циклу супроводу споживачів (CRM-система). Платформи CDP (Customer Data Platform) як джерело консолідованих даних про користувача (інформація з онлайн-каналів, офлайн точок продажу, файлів будь-яких баз даних). Сутність електронного торговельного майданчика, його основні функції. Структура електронних торговельних майданчиків, базові вимоги до їх функціонування. Бізнес-моделі електронних торговельних майданчиків. Галузеві (вертикальні) електронні торговельні майданчики (eMarketplace), електронні біржі. Поняття галузевого електронного торговельного майданчика. Послуги, що надаються електронними торговельними майданчиками. Структура галузевого торговельного майданчика. Переваги використання вертикального торговельного майданчика. Багатогалузеві (горизонтальні) торговельні майданчики або електронні ринки (e-market). Механізм функціонування електронних торговельних майданчиків і



особливості їх логістичного забезпечення. Організація оптового продажу товарів і послуг через електронні торговельні майданчики. Стратегії розвитку електронних торговельних майданчиків. Особливості та перспективи розвитку електронних торговельних майданчиків в Україні. Організація розміщення державних і муніципальних замовлень на електронних торговельних майданчиках. Сутність торговельних рядів. Види торговельних рядів. Особливості функціонування торговельних рядів. Електронний довідник-каталог, його сутність і структура. Особливості проведення тендерів в мережі Інтернет. Електронний аукціон, його сутність і характерні особливості. Класифікація електронних аукціонів: стандартний (англійський), зворотний (голландський), аукціон одночасної пропозиції (first-price, sealed bid), подвійний аукціон (double auction), аукціон закритих пропозицій (second-price sealed bid). Вимоги до товарів, які продаються на Інтернет-аукціонах. Механізм і технологія проведення електронних аукціонів. Організаційне забезпечення функціонування Інтернет-аукціону. Основні етапи організації електронного аукціону. Процедури участі в електронних торгах. Сумісна електронна торгівля. Електронні біржі. Процедури участі в електронних торгах. Сайт організатора торгів, вимоги до його структури. Розміщення державного замовлення та проведення державних закупівель. Система електронних біржових торгів INDX. Інтернет-біржа Forxite. Брокерські послуги в Інтернет. Динамічне брокерство. Інтернет-представництва бізнес-структур. Віртуальні торговельні представництва товаровиробників та організація їх функціонування. Інтернет-інкубатори, принципи їх створення і технологія функціонування.

#### Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4.1 – Тематичний план навчальної дисципліни «Міжнародна електронна комерція» для здобувачів вищої освіти денної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<b>Модуль 1. Електронна комерція в системі глобальної цифрової екосистеми</b>					
<p><b>Тема 1. Основні поняття електронної комерції та її місце у системі цифрової екосистеми.</b></p> <p style="text-align: center;">Лекція 1</p> <p>1. Глобальна цифрова екосистема та її особливості. 2. Сутність і об'єктивні передумови виникнення електронного бізнесу. 3. Співвідношення понять електронний бізнес, електронна комерція, електронна посередництво, електронна торгівля</p> <p style="text-align: center;">Лекція 2</p> <p>1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу на міжнародному рівні. 2. Історія появи і етапи розвитку електронної комерції. 3. Структура міжнародного ринку електронної комерції. 4. Фактори, що впливають на розвиток електронної комерції в Україні.</p>	2	<p><b>Основні поняття електронної комерції та її місце у системі цифрової екосистеми.</b></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття 1.</p> <p>1. Глобальна цифрова екосистема та її особливості. 2. Сутність і об'єктивні передумови виникнення електронного бізнесу. 3. Співвідношення понять електронний бізнес, електронна комерція, електронна посередництво, електронна торгівля</p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття 2</p> <p>1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу на міжнародному рівні. 2. Історія появи і етапи розвитку електронної комерції. 3. Структура міжнародного ринку електронної комерції. 4. Фактори, що впливають на розвиток електронної комерції в Україні</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1. Електронні ринки: їх сутність, структура, функції учасників. 2. Концептуальні моделі електронних трансакцій та їх класифікація. 3. Фактори, що впливають на розвиток технологій електронного бізнесу: загальноекономічні, правові, інфраструктурні, управлінські. 4. Організаційно-технологічна база електронного бізнесу. 5. Моделі електронного бізнесу. 6. Відмінні особливості і тенденції розвитку електронного бізнесу. 7. Передумови виникнення електронної комерції: економічні, технологічні, правові. 8. Зміни в економіці, викликані появою електронної комерції. 9. Сутність мобільної та голосової комерції («mobile commerce», «voice commerce»).</p> <p>10. Специфіка міжнародного</p>	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
				конкурентного середовища на ринку електронної комерції. 11. Вплив розвитку електронної комерції на економіку.	
<p><b>Тема 2. Бізнес-моделі електронної комерції</b></p> <p>Лекція 3</p> <p>1. Структурно-функціональні схеми бізнес-моделей систем електронної комерції.</p> <p>2. B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer): технології на споживчому ринку товарів і послуг та бізнес-процеси в Інтернеті.</p> <p>3. Модель електронної комерції B2A (Business-to-Administration), C2A (Consumer-to-Administration), E2E (Exchange-to-Exchange).</p> <p>4. Моделі: B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners).</p> <p>5. B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) – інтеграція систем класу B2B і B2C на єдиній платформі. D2C (Direct-to-Consumer) прямий продаж бренду кінцевому споживачеві.</p>	2	<p><i>Бізнес-моделі електронної комерції</i></p> <p>Практичне заняття 3.</p> <p>1. Структурно-функціональні схеми бізнес-моделей систем електронної комерції.</p> <p>2. B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer): технології на споживчому ринку товарів і послуг та бізнес-процеси в Інтернеті.</p> <p>3. Модель електронної комерції B2A (Business-to-Administration), C2A (Consumer-to-Administration), E2E (Exchange-to-Exchange).</p> <p>Практичне заняття 4.</p> <p>4. Моделі: B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners).</p> <p>5. B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) – інтеграція систем класу B2B і B2C на єдиній платформі. D2C (Direct-to-Consumer) прямий продаж бренду кінцевому споживачеві.</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1. Взаємодія учасників у кожній з моделей електронної комерції.</p> <p>2. Модель агрегації.</p> <p>3. Модель торговельного концентратора.</p> <p>4. Модель дошки оголошень або електронного довідника-каталогу.</p> <p>5. Модель аукціонів.</p> <p>6. Модель цілком автоматизованої біржі.</p> <p>7. Навести приклади використання моделей B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer).</p> <p>8. Навести приклади використання моделей B2A (Business-to-Administration), C2A (Consumer-to-Administration), E2E (Exchange-to-Exchange).</p> <p>9. Навести приклади використання моделей B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners).</p> <p>10. Навести приклади використання</p>	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
				моделей B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) та D2C (Direct-to-Consumer).	
<p><b>Тема 3. Електронна торгівля як складова міжнародної електронної комерції</b></p> <p>Лекція 4</p> <p>1. Особливості здійснення торговельної діяльності в середовищі Інтернет.  2. Сутність електронної торгівлі (e-trade).  3. Ключові переваги електронної торгівлі: переваги та недоліки.  4. Інфраструктура системи електронної торгівлі..  5. «Інтернет-речей» (IOT-Internet of things), Progressive Web App (PWA), Google Shopping Actions, месенджери як інструменти здійснення електронної торгівлі.</p>	2	<p><i>Електронна торгівля як складова міжнародної електронної комерції</i></p> <p>Практичне заняття 5</p> <p>1. Особливості здійснення торговельної діяльності в середовищі Інтернет.  2. Сутність електронної торгівлі (e-trade).  3. Ключові переваги електронної торгівлі: переваги та недоліки.  4. Інфраструктура системи електронної торгівлі..</p> <p>Практичне заняття 6</p> <p>1. «Інтернет-речей» (IOT-Internet of things)  2. Progressive Web App (PWA)  3. Google Shopping Actions  4. Месенджери як інструменти здійснення електронної торгівлі.</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1. Система суб'єктів та умови здійснення електронної торгівлі.  2. Характеристика бізнес-процесів електронної торгівлі.  3. Навести приклади використання на міжнародному ринку Інтернету-речей (IOT-Internet of things).  4. Навести приклади використання на міжнародному ринку Progressive Web App (PWA).  5. Навести приклади використання на міжнародному ринку Google Shopping Actions.</p>	10
<p><b>Тема 4. Державне регулювання електронної торгівлі</b></p> <p>Лекція 5</p> <p>1. Сутність, функції та класифікації електронних платіжних систем.  2. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки..</p>	2	<p><i>Державне регулювання електронної торгівлі</i></p> <p>Практичне заняття 7.</p> <p>1. Основні вимоги та рекомендації міжнародних організацій щодо процедур і правил електронної торгівлі.  2. Роль і функції держави стосовно забезпечення легітимного застосування</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>5. Електронні довірчі послуги та електронна ідентифікація.  6. Правовий захист інформації.  7. Інтелектуальна власність в мережі  8. Електронні бюро претензій (світовий і</p>	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>3. Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій.</p> <p>4. Законодавство про захист прав суб'єктів електронної торгівлі у правовому просторі України.</p>		<p>електронної мережі телекомунікації для здійснення комерційної діяльності.</p> <p>3. Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій.</p> <p>4. Законодавство про захист прав суб'єктів електронної торгівлі у правовому просторі України.</p> <p>Практичне заняття 8.</p> <p>1. Аналіз досвіду правового регулювання електронної торгівлі в окремих країнах світу</p> <p>2. Стратегії розвитку та державного регулювання процесів електронної торгівлі в США і Канаді.</p> <p>3. Організація і регулювання електронної торгівлі в країнах ЄС.</p> <p>4. Особливості розвитку і регулювання процесів електронної торгівлі в країнах Південно-Східної Азії.</p>	2	<p>вітчизняний досвід).</p> <p>9. Інструменти правового регулювання взаємовідносин в електронному бізнесі.</p> <p>10. Сфери правового регулювання в електронному бізнесі.</p> <p>11. Аналіз досвіду правового регулювання електронної торгівлі в окремих країнах світу</p> <p>12. Стратегії розвитку та державного регулювання процесів електронної торгівлі в США і Канаді.</p> <p>13. Організація і регулювання електронної торгівлі в країнах ЄС.</p> <p>14. Особливості розвитку і регулювання процесів електронної торгівлі в країнах Південно-Східної Азії.</p>	
<p><b>Тема 5. Електронні платіжні системи та розрахунки за товари і послуги</b></p> <p>Лекція 6</p> <p>1. Сутність та функції електронних платіжних систем.</p> <p>2. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки.</p> <p>3. Класифікація пластикових карт.</p>	2	<p><i>Електронні платіжні системи та розрахунки за товари і послуги</i></p> <p>Практичне заняття 9.</p> <p>1. Сутність та функції електронних платіжних систем.</p> <p>2. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки.</p> <p>3. Класифікація пластикових карт.</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>6. Етапи розвитку платіжних систем в Інтернеті.</p> <p>7. Переваги та недоліки використання пластикових карток в електронній торгівлі.</p> <p>8. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті</p>	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>Переваги та недоліки їх використання в електронній торгівлі. 4. Електронний банкінг. 5. Передумови виникнення та принципи функціонування електронних грошей.</p>		<p>Переваги та недоліки їх використання в електронній торгівлі. 4. Електронний банкінг. 5. Передумови виникнення та принципи функціонування електронних грошей.</p> <p>Практичне заняття 10. 1. Технологія функціонування систем «Інтернет-Банк», «Клієнт-банк». Фактори та напрямки розвитку послуг інтернет-банкінгу. 2. Використання технології «blockchain» в електронних трансакціях. 3. Принципи використання цифрового підпису в системах електронних грошей. 4. Здійснення розрахунків за допомогою електронних грошей. 5. Віртуальний (цифровий, електронний) гаманець. Типи електронних гаманців</p> <p>Практичне заняття 11.</p> <p>Модульна робота 1</p>	<p>2</p> <p>2</p>	<p>9. Технологія кредитування в розрахунках за пластиковими картками.</p>	
<b>Модуль 2. Організація і технологія електронної торгівлі</b>					
<p><b>Тема 6. Організація роздрібно-електронної торгівлі</b></p> <p>Лекція 7</p>	2	<p><i>Організація роздрібно-електронної торгівлі</i></p> <p>Практичне заняття 12. 1. Види роздрібно-електронної торгівлі.</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1. Основні етапи створення системи</p>	15

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>1. Механізм роздрібної електронної торгівлі</p> <p>2. Класифікація систем роздрібної електронної торгівлі.</p> <p>3. Поняття Інтернет-магазину і особливості його функціонування.</p> <p>Лекція 8</p> <p>1. Мобільна електронна торгівля: сутність і відмінні риси.</p> <p>2. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі.</p> <p>3. Мобільні сервіси та додатки.</p> <p>4. Становлення та розвиток електронної торгівлі в Україні.</p>	2	<p>2. Функції Інтернет-магазину.</p> <p>3. Проведення маркетингових досліджень в Інтернет.</p> <p>4. Особливості вивчення конкурентного середовища в мережі Інтернет.</p> <p>5. Використання сервісів веб-аналітики для аналізу конкурентів.</p> <p>Практичне заняття 13.</p> <p>1. Інструменти вивчення поведінки споживачів в мережі Інтернет.</p> <p>2. Методика визначення цільової аудиторії і її пошуку в Інтернет.</p> <p>3. Визначення та позиціонування конкурентної переваги.</p> <p>4. Інструменти активізації роздрібного продажу товарів в середовищі Інтернет.</p> <p>Практичне заняття 14.</p> <p>1. Мобільна електронна торгівля: сутність і відмінні риси.</p> <p>2. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі.</p> <p>3. Світові тенденції розвитку електронної торгівлі.</p> <p>4. Флагмани ринку Amazon, Ebay, AliExpress.</p>	2	<p>Інтернет-торгівлі.</p> <p>2. Специфіка поведінки споживачів в мережі Інтернет.</p> <p>3. Моделі споживчої поведінки (Showrooming, Webrooming).</p> <p>4. Критерії сегментації і їх застосування в мережі Інтернет</p> <p>5. Основні тенденції та особливості мобільної електронної торгівлі.</p> <p>6. Мобільні платежі.</p> <p>7. Мобільні сервіси та додатки.</p> <p>8. Мобільний маркетинг і реклама.</p> <p>9. Основні тенденції та особливості мобільної електронної торгівлі.</p>	
<b>Тема 7. Організація роботи Інтернет-</b>		<i>Організація роботи Інтернет-магазину</i>		Питання для самостійного вивчення та	15

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p><i>магазину</i></p> <p>Лекція 9</p> <p>1.Обґрунтування бізнес-плану створення Інтернет-магазину.</p> <p>2. Базова структура Інтернет-магазину.</p> <p>3. Вибір організаційної структури управління управління Інтернет-магазином.</p> <p>4. Розміщення сайту електронного магазину в мережі Інтернет.</p>	2	<p>Практичне заняття 15.</p> <p>1.Обґрунтування бізнес-плану створення Інтернет-магазину.</p> <p>2. Базова структура Інтернет-магазину.</p> <p>3. Вибір організаційної структури управління управління Інтернет-магазином.</p> <p>4. Розміщення сайту електронного магазину в мережі Інтернет.</p> <p>Практичне заняття 16.</p> <p>1.Вибір і обґрунтування моделі логістичної діяльності Інтернет-магазину.</p> <p>2. Організація взаємодії з постачальниками товарів.</p> <p>3.Особливості формування асортименту товарів в Інтернет-магазині.</p> <p>4. Сутність і функції фулфілменту. Переваги впровадження фулфілменту в електронній торгівлі.</p> <p>Практичне заняття 17.</p> <p>1.</p> <p>1. Сутність понять «Інтернет-маркетинг», «Інтернет-реклама», SEO, SEM, SMM і SMO.</p> <p>2. Види реклами в Інтернет: медійна, контекстна, пошукове просування, взаємодія з тематично близькими і</p>	2	<p>підготовки есе з презентацією:</p> <p>1. Організація закупівлі товарів.</p> <p>2. Управління товарними запасами в Інтернет-магазині.</p> <p>3. Фулфілмент на прикладі «Amazon», «Zammler», «Нова пошта».</p> <p>4. Організація доставки товарів, придбаних в Інтернет-магазині.</p> <p>5. Особливості функціонування сервісів доставки через мобільний додаток, на прикладі «Glovo» та «Raketa».</p> <p>6. Організація пунктів видачі замовлень Інтернет-магазину покупцям.</p> <p>7. Технологія використання автоматизованих поштових терміналів.</p> <p>8. Показники ефективності логістичної діяльності Інтернет-магазину.</p> <p>9. Оптимізація і просування Інтернет-магазину в пошукових системах.</p> <p>10. Основні принципи контекстної реклами і формати.</p> <p>11. Технологія розміщення контекстної реклами з використанням сервісів.</p> <p>12. Організація взаємодії з агенціями з Інтернет-маркетингу та реклами.</p> <p>13. Технологія застосування соціальних мереж для просування Інтернет-магазину.</p> <p>14. Оптимізація і просування Інтернет-</p>	





Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
		Модульна робота 2.	2	11. Особливості проведення тендерів в мережі Інтернет. 12. Процедури участі в електронних торгах. 13. Розміщення державного замовлення та проведення державних закупівель. 14. Система електронних біржових торгів INDX. Інтернет-біржа Forexite. 15. Віртуальні торговельні представництва товаровиробників та організація їх функціонування. 16. Інтернет-інкубатори, принципи їх створення і технологія функціонування.	
Разом	20		40		90

Таблиця 4.2 – Тематичний план навчальної дисципліни «Міжнародна електронна комерція» для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<b>Модуль 1. Електронна комерція в системі глобальної цифрової екосистеми</b>					
<b>Тема 1. Основні поняття електронної комерції та її місце у системі цифрової екосистеми.</b> Лекція 1	2	<b>Основні поняття електронної комерції та її місце у системі цифрової екосистеми.</b> Практичне заняття 1.	2	Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією: 1. Електронні ринки: їх сутність,	20

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>1. Глобальна цифрова екосистема та її особливості. 2. Сутність і об'єктивні передумови виникнення електронного бізнесу. 3. Співвідношення понять електронний бізнес, електронна комерція, електронна посередництво, електронна торгівля</p> <p style="text-align: center;">Лекція 2</p> <p>1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу на міжнародному рівні. 2. Історія появи і етапи розвитку електронної комерції. 3. Структура міжнародного ринку електронної комерції. 4. Фактори, що впливають на розвиток електронної комерції в Україні.</p>		<p>1. Глобальна цифрова екосистема та її особливості. 2. Сутність і об'єктивні передумови виникнення електронного бізнесу. 3. Співвідношення понять електронний бізнес, електронна комерція, електронна посередництво, електронна торгівля</p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття 2</p> <p>1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу на міжнародному рівні. 2. Історія появи і етапи розвитку електронної комерції. 3. Структура міжнародного ринку електронної комерції. 4. Фактори, що впливають на розвиток електронної комерції в Україні</p>		<p>структура, функції учасників. 2. Концептуальні моделі електронних трансакцій та їх класифікація. 3. Фактори, що впливають на розвиток технологій електронного бізнесу: загальноекономічні, правові, інфраструктурні, управлінські. 4. Організаційно-технологічна база електронного бізнесу. 5. Моделі електронного бізнесу. 6. Відмінні особливості і тенденції розвитку електронного бізнесу. 7. Передумови виникнення електронної комерції: економічні, технологічні, правові. 8. Зміни в економіці, викликані появою електронної комерції. 9. Сутність мобільної та голосової комерції («mobile commerce», «voice commerce») 10. Специфіка міжнародного конкурентного середовища на ринку електронної комерції. 11. Вплив розвитку електронної комерції на економіку.</p>	
<p><b>Тема 2. Бізнес-моделі електронної комерції</b></p> <p style="text-align: center;">Лекція 3</p> <p>6. Структурно-функціональні схеми</p>	2	<p style="text-align: center;"><i>Бізнес-моделі електронної комерції</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття 3.</p> <p>6. Структурно-функціональні схеми</p>	2	<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією: 4. Взаємодія учасників у кожній з</p>	18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>бізнес-моделей систем електронної комерції.</p> <p>7. B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer): технології на споживчому ринку товарів і послуг та бізнес-процеси в Інтернеті.</p> <p>8. Модель електронної комерції B2A (Business-to-Administrarion), C2A (Consumer-to-Administrarion), E2E (Exchange-to-Exchange).</p> <p>9. Моделі: B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners).</p> <p>10. B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) – інтеграція систем класу B2B і B2C на єдиній платформі. D2C (Direct-to-Consumer) прямий продаж бренду кінцевому споживачеві.</p>		<p>бізнес-моделей систем електронної комерції.</p> <p>7. B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer): технології на споживчому ринку товарів і послуг та бізнес-процеси в Інтернеті.</p> <p>8. Модель електронної комерції B2A (Business-to-Administrarion), C2A (Consumer-to-Administrarion), E2E (Exchange-to-Exchange).</p> <p>Практичне заняття 4.</p> <p>9. Моделі: B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners).</p> <p>10. B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) – інтеграція систем класу B2B і B2C на єдиній платформі. D2C (Direct-to-Consumer) прямий продаж бренду кінцевому споживачеві.</p>		<p>моделей електронної комерції.</p> <p>5. Модель агрегації.</p> <p>6. Модель торговельного концентратора.</p> <p>4. Модель дошки оголошень або електронного довідника-каталогу.</p> <p>5. Модель аукціонів.</p> <p>6. Модель цілком автоматизованої біржі.</p> <p>7. Навести приклади використання моделей B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer).</p> <p>8. Навести приклади використання моделей B2A (Business-to-Administrarion), C2A (Consumer-to-Administrarion), E2E (Exchange-to-Exchange).</p> <p>9. Навести приклади використання моделей B2G (Business-to-Government), C2G (Consumer-to-Government). B2P (Business-to-Partners).</p> <p>10. Навести приклади використання моделей B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) та D2C (Direct-to-Consumer).</p>	
<p><b>Тема 3. Електронна торгівля як складова міжнародної електронної комерції</b></p> <p>Лекція 4</p> <p>1. Особливості здійснення торговельної діяльності в середовищі Інтернет.</p>	2	<p><i>Електронна торгівля як складова міжнародної електронної комерції</i></p> <p>Практичне заняття 5</p> <p>1. Особливості здійснення торговельної діяльності в середовищі Інтернет.</p>		<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1. Система суб'єктів та умови здійснення електронної торгівлі.</p> <p>2. Характеристика бізнес-процесів</p>	18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
2. Сутність електронної торгівлі (e-trade). 3. Ключові переваги електронної торгівлі: переваги та недоліки. 4. Інфраструктура системи електронної торгівлі.. 5. «Інтернет-речей» (IOT-Internet of things), Progressive Web App (PWA), Google Shopping Actions, месенджери як інструменти здійснення електронної торгівлі.		2. Сутність електронної торгівлі (e-trade). 3. Ключові переваги електронної торгівлі: переваги та недоліки. 4. Інфраструктура системи електронної торгівлі.. Практичне заняття 6 5. «Інтернет-речей» (IOT-Internet of things) 6. Progressive Web App (PWA) 7. Google Shopping Actions 8. Месенджери як інструменти здійснення електронної торгівлі.		електронної торгівлі. 3. Навести приклади використання на міжнародному ринку Інтернету-речей (IOT-Internet of things). 4. Навести приклади використання на міжнародному ринку Progressive Web App (PWA). 5. Навести приклади використання на міжнародному ринку Google Shopping Actions.	
<b>Тема 4. Державне регулювання електронної торгівлі</b> Лекція 5 5. Сутність, функції та класифікації електронних платіжних систем. 6. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки.. 7. Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій. 8. Законодавство про захист прав суб'єктів електронної торгівлі у правовому просторі України.		<i>Державне регулювання електронної торгівлі</i> Практичне заняття 7. 1. Основні вимоги та рекомендації міжнародних організацій щодо процедур і правил електронної торгівлі. 2. Роль і функції держави стосовно забезпечення легітимного застосування електронної мережі телекомунікації для здійснення комерційної діяльності. 3. Стан законодавчого регулювання відносин у галузі інформаційних технологій. 4. Законодавство про захист прав суб'єктів електронної торгівлі у правовому просторі України.		Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією: 1. Електронні довірчі послуги та електронна ідентифікація. 2. Правовий захист інформації. 3. Інтелектуальна власність в мережі 4. Електронні бюро претензій (світовий і вітчизняний досвід). 5. Інструменти правового регулювання взаємовідносин в електронному бізнесі. 6. Сфери правового регулювання в електронному бізнесі. 7. Аналіз досвіду правового регулювання електронної торгівлі в окремих країнах світу	18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
		<p>Практичне заняття 8.</p> <p>1.Аналіз досвіду правового регулювання електронної торгівлі в окремих країнах світу</p> <p>2.Стратегії розвитку та державного регулювання процесів електронної торгівлі в США і Канаді.</p> <p>3.Організація і регулювання електронної торгівлі в країнах ЄС.</p> <p>4.Особливості розвитку і регулювання процесів електронної торгівлі в країнах Південно-Східної Азії.</p>		<p>8.Стратегії розвитку та державного регулювання процесів електронної торгівлі в США і Канаді.</p> <p>9.Організація і регулювання електронної торгівлі в країнах ЄС.</p> <p>10.Особливості розвитку і регулювання процесів електронної торгівлі в країнах Південно-Східної Азії.</p>	
<p><b>Тема 5. Електронні платіжні системи та розрахунки за товари і послуги</b></p> <p>Лекція 6</p> <p>1. Сутність та функції електронних платіжних систем.</p> <p>2. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки.</p> <p>3. Класифікація пластикових карт. Переваги та недоліки їх використання в електронній торгівлі.</p> <p>4. Електронний банкінг.</p> <p>5. Передумови виникнення та принципи функціонування електронних грошей.</p>		<p><i>Електронні платіжні системи та розрахунки за товари і послуги</i></p> <p>Практичне заняття 9.</p> <p>1. Сутність та функції електронних платіжних систем.</p> <p>2. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки.</p> <p>3. Класифікація пластикових карт. Переваги та недоліки їх використання в електронній торгівлі.</p> <p>4. Електронний банкінг.</p> <p>5. Передумови виникнення та принципи функціонування електронних грошей.</p> <p>Практичне заняття 10.</p> <p>10. Технологія функціонування систем</p>		<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1.Етапи розвитку платіжних систем в Інтернеті.</p> <p>2.Переваги та недоліки використання пластикових карток в електронній торгівлі.</p> <p>3.Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картками в Інтернеті</p> <p>4.Технологія кредитування в розрахунках за пластиковими картками.</p>	18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
		<p>«Інтернет-Банк», «Клієнт-банк». Фактори та напрямки розвитку послуг інтернет-банкінгу.</p> <p>11. Використання технології «blockchain» в електронних трансакціях.</p> <p>12. Принципи використання цифрового підпису в системах електронних грошей.</p> <p>13. Здійснення розрахунків за допомогою електронних грошей.</p> <p>14. Віртуальний (цифровий, електронний) гаманець. Типи електронних гаманців</p> <p>Практичне заняття 11.</p> <p>Модульна робота 1</p>			
<b>Модуль 2. Організація і технологія електронної торгівлі</b>					
<p><b>Тема 6. Організація роздрібної електронної торгівлі</b></p> <p>Лекція 7</p> <p>3. Механізм роздрібно електронної торгівлі</p> <p>4. Класифікація систем роздрібно електронної торгівлі.</p> <p>3.Поняття Інтернет-магазину і особливості його функціонування.</p> <p>Лекція 8</p> <p>5. Мобільна електронна торгівля: сутність</p>		<p><i>Організація роздрібно електронної торгівлі</i></p> <p>Практичне заняття 12.</p> <p>1.Види роздрібно електронної торгівлі.</p> <p>2. Функції Інтернет-магазину.</p> <p>3. Проведення маркетингових досліджень в Інтернет.</p> <p>4.Особливості вивчення конкурентного середовища в мережі Інтернет.</p> <p>5. Використання сервісів веб-аналітики для аналізу конкурентів.</p>		<p>Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією:</p> <p>1.Основні етапи створення системи Інтернет-торгівлі.</p> <p>2.Специфіка поведінки споживачів в мережі Інтернет.</p> <p>3.Моделі споживчої поведінки (Showrooming, Webrooming).</p> <p>4.Критерії сегментації і їх застосування в мережі Інтернет</p> <p>5.Основні тенденції та особливості</p>	18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
і відмінні риси. 6. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі. 7. Мобільні сервіси та додатки. 8. Становлення та розвиток електронної торгівлі в Україні.		<p>Практичне заняття 13.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Інструменти вивчення поведінки споживачів в мережі Інтернет.</li> <li>2.Методика визначення цільової аудиторії і її пошуку в Інтернет.</li> <li>3.Визначення та позиціювання конкурентної переваги.</li> <li>4.Інструменти активізації роздрібного продажу товарів в середовищі Інтернет.</li> </ol> <p>Практичне заняття 14.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мобільна електронна торгівля: сутність і відмінні риси.</li> <li>2. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі.</li> <li>3. Світові тенденції розвитку електронної торгівлі.</li> <li>4.Флагмани ринку Amazon, Ebay, AliExpress.</li> </ol>		мобільної електронної торгівлі. 6.Мобільні платежі. 7.Мобільні сервіси та додатки. 8.Мобільний маркетинг і реклама. 9.Основні тенденції та особливості мобільної електронної торгівлі.	
<p><b>Тема 7. Організація роботи Інтернет-магазину</b></p> <p>Лекція 9</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Обґрунтування бізнес-плану створення Інтернет-магазину.</li> <li>2. Базова структура Інтернет-магазину.</li> <li>3. Вибір організаційної структури управління управління Інтернет-магазином.</li> </ol>		<p><i>Організація роботи Інтернет-магазину</i></p> <p>Практичне заняття 15.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Обґрунтування бізнес-плану створення Інтернет-магазину.</li> <li>2. Базова структура Інтернет-магазину.</li> <li>3. Вибір організаційної структури управління управління Інтернет-магазином.</li> <li>4. Розміщення сайту електронного</li> </ol>		Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією: 1.Організація закупівлі товарів. 2.Управління товарними запасами в Інтернет-магазині. 3.Фулфілмент на прикладі «Amazon», «Zammler», «Нова пошта». 4.Організація доставки товарів, придбаних в Інтернет-магазині.	20



Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
4. Розміщення сайту електронного магазину в мережі Інтернет.		<p>магазину в мережі Інтернет.</p> <p>Практичне заняття 16.</p> <p>1.Вибір і обґрунтування моделі логістичної діяльності Інтернет-магазину.</p> <p>2. Організація взаємодії з постачальниками товарів.</p> <p>3.Особливості формування асортименту товарів в Інтернет-магазині.</p> <p>4. Сутність і функції фулфілменту. Переваги впровадження фулфілменту в електронній торгівлі.</p> <p>Практичне заняття 17.</p> <p>1.</p> <p>1. Сутність понять «Інтернет-маркетинг», «Інтернет-реклама», SEO, SEM, SMM і SMO.</p> <p>2. Види реклами в Інтернет: медійна, контекстна, пошукове просування, взаємодія з тематично близькими і соціальними ресурсами, поштові розсилки, нестандартні рекламні носії, взаємодія з електронними ЗМІ.</p> <p>3. Сутність, роль та функції соціальних мереж.</p>		<p>5.Особливості функціонування сервісів доставки через мобільний додаток, наприкладі «Glovo» та «Raketa».</p> <p>6.Організація пунктів видачі замовлень Інтернет-магазину покупцям.</p> <p>7.Технологія використання автоматизованих поштових терміналів.</p> <p>8.Показники ефективності логістичної діяльності Інтернет-магазину.</p> <p>9.Оптимізація і просування Інтернет-магазину в пошукових системах.</p> <p>10.Основні принципи контекстної реклами і формати.</p> <p>11.Технологія розміщення контекстної реклами з використанням сервісів.</p> <p>12.Організація взаємодії з агенціями з Інтернет-маркетингу та реклами.</p> <p>13.Технологія застосування соціальних мереж для просування Інтернет-магазину.</p> <p>14.Оптимізація і просування Інтернет-магазину в пошукових системах.</p>	
<b>Тема 8. Організація оптової електронної торгівлі</b> Лекція 10		<i>Організація оптової електронної торгівлі</i>  Практичне заняття 18.		Питання для самостійного вивчення та підготовки есе з презентацією: 1.Основні процеси здійснення	18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>6. Основні форми реалізації моделі B2B.</p> <p>7. Система управління закупівлями (e-procurement).</p> <p>8. Сутність електронного торговельного майданчика, його основні функції.</p> <p>9. Бізнес-моделі електронних торговельних майданчиків.</p> <p>10. Організація оптового продажу товарів і послуг через електронні торговельні майданчики.</p>		<p>1. Основні форми реалізації моделі B2B.</p> <p>2. Система управління закупівлями (e-procurement).</p> <p>3. Сутність електронного торговельного майданчика, його основні функції.</p> <p>4. Бізнес-моделі електронних торговельних майданчиків.</p> <p>5. Організація оптового продажу товарів і послуг через електронні торговельні майданчики.</p> <p>Практичне заняття 19.</p> <p>5. Електронний аукціон, його сутність і характерні особливості</p> <p>6. Механізм і технологія проведення електронних аукціонів.</p> <p>7. Організаційне забезпечення функціонування Інтернет-аукціону.</p> <p>8. Основні етапи організації електронного аукціону.</p> <p>Практичне заняття 20.</p> <p>Модульна робота 2.</p>		<p>електронної торгівлі в секторі B2B</p> <p>2. Система повного циклу супроводу постачальників</p> <p>3. Система управління продажем (e-distribution).</p> <p>4. Система повного циклу супроводу споживачів (CRM-система).</p> <p>5. Структура електронних торговельних майданчиків, базові вимоги до їх функціонування.</p> <p>6. Галузеві (вертикальні) електронні торговельні майданчики (eMarketplace), електронні біржі.</p> <p>7. Поняття галузевого електронного торговельного майданчика</p> <p>8. Багатогалузеві (горизонтальні) торговельні майданчики або електронні ринки (e-market).</p> <p>9. Сутність торговельних рядів</p> <p>10. Електронний довідник-каталог, його сутність і структура.</p> <p>11. Особливості проведення тендерів в мережі Інтернет.</p> <p>12. Процедури участі в електронних торгах.</p> <p>13. Розміщення державного замовлення та проведення державних закупівель.</p> <p>14. Система електронних біржових торгів INDX. Інтернет-біржа Forexite.</p>	

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
				15.Віртуальні торговельні представництва товаровиробників та організація їх функціонування. 16.Інтернет-інкубатори, принципи їх створення і технологія функціонування	
Разом	8		4		138

## Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5.1 – Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): обговорення матеріалу занять (8 балів); виконання індивідуальних завдань (30 балів); тестування (10 балів); поточна модульна робота (14 балів)	62
Модуль 2 (теми 6-8): обговорення матеріалу занять (8 балів); виконання індивідуальних завдань (20 балів); тестування (8 балів); поточна модульна робота (14 балів)	38
Разом	100

Таблиця 5.2 – Перелік активностей для отримання додаткових балів

Види робіт	Максимальна кількість балів
Участь у студентському науковому гуртку «Глобус»	5
Участь у наукових студентських конференціях	10
Підготовка наукового проєкту	10

Примітка: додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, яка не може перевищувати 100 балів.

Таблиця 5.3 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

## Розділ 6. Інформаційні джерела

1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
2. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції. URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5>.
3. Гаврилишин Н. М. Сучасний стан та перспективи розвитку електронної комерції в Україні. URL: [http://www.rusnauka.com/15\\_APSN\\_2010/Informatica/67476.doc.ht](http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Informatica/67476.doc.ht)
4. Електронна комерція в Україні. URL: [https://ndipzir.org.ua/wpcontent/uploads/2017/07/Yefremova/2\\_4.pdf](https://ndipzir.org.ua/wpcontent/uploads/2017/07/Yefremova/2_4.pdf)
5. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики. URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-komerciya-v-ukrayini-konkurentnyudysbalans-i-podatkoviy-vyklyk>. 5. Закон України «Про електронну торгівлю». URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_321](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_321).
6. Електронна комерція : практикум для здобувачів вищ. освіти ступеня «бакалавр» за спец. 081 «Право». / Н. Ю. Голубева ; Нац. ун-т «Одес.юрід. академія». Одеса : Фенікс, 2023. – 40 с.
7. Калінін О.Ю., Осецимський І.О., Аль-Ватар О. Потік клієнтів з FACEBOOK та INSTAGRAM. Як заробляти за допомогою соціальних мереж. В-во: Олді+, 2019. 190 с.
8. Наталі Берг, Мія Найтс. Amazon і майбутнє електронної торгівлі. Корпоративна еволюція найбільшої у світі клієнтоорієнтованої компанії. Фабула/Vivat, 2023. 436 с.
9. Педченко Н.С., Франко Л.С. Державна політика захисту інтелектуальної власності як інструмент стимулювання інноваційного розвитку національної економіки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2022. №1 (105). С. 106-114. <http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/109/100>
10. Стрілець В., Пожар А., Флегантова А., Франко Л., Єжелій Ю., & Зборик Д. Цифровізація як інструмент побудови інноваційної стратегії розвитку бізнесу країн ЄС в умовах адаптації до кризових тенденцій міжнародної економіки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», 2024. №3 (113), С. 80-88. <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2024-3-11>
11. Франко Л. С. Роль Цифрової трансформації інновацій у підвищенні конкурентоспроможності України: сучасний стан та перспективи. Економіка та суспільство. 2022. № 42. DOI:10.32782/2524-0072/2022-42-63 <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1636/1573>
12. Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник для ВНЗ. Київ : Центр учбової літератури, 2016. - 215 с.

## Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office; Google Документи; Moodle; Canva; Dropbox.