

**ПрАТ «ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ»**

Придунайська філія



***СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(ВИБІРКОВОЇ)
«ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС»***

Спеціальність **D3 Менеджмент**

Освітній рівень: **перший (бакалаврський) рівень**

Освітня програма: **Менеджмент**

МАУП 2025

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	Електронний бізнес
Шифр та назва спеціальності	D3 «Менеджмент»
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	вибіркова
Кількість кредитів і годин	3 кредити / 90 год. Лекції: 20 Практичні заняття: 14 Самостійна робота студентів: 60
Терміни вивчення дисципліни	7 семестр
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	залік
Сторінка дисципліни на сайті	https://drive.google.com/file/d/1PCyxsU3NHP3g5qi0o4Ig1S6E85i6QqH9/view?usp=sharing

Загальна інформація про викладача. Контактна інформація.

Боденчук Павло Сергійович	
Науковий ступінь	нема
Вчене звання	нема
Посада	викладач економічних дисциплін
Дисципліни, які викладає НПП	Історія менеджменту; Цифрові технології в управлінні
Напрями наукових досліджень	Інформаційно-аналітичне забезпечення управління бізнес-процесами в умовах цифрової трансформації економіки
Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців	ORCID: https://orcid.org/0009-0000-0640-7977
Контактна інформація викладача:	
E-mail:	menedzmentuk@gmail.com
Контактний тел.	+380677445957
Портфоліо викладача на сайті кафедри / Інституту / Академії	https://izmail.maup.com.ua/assets/files/bodenchuk-ps-portfolio.pdf

Анотація курсу. Навчальна дисципліна «Електронний бізнес» є важливою складовою професійної підготовки сучасного менеджера, орієнтованою на вивчення специфіки ведення підприємницької діяльності у цифровому середовищі. Курс систематизує знання про трансформацію традиційних бізнес-моделей під впливом інформаційних технологій та розкриває механізми функціонування віртуальних ринків. Основна увага приділяється прикладним аспектам: від вибору моделі монетизації та організації онлайн-продажів до побудови ефективної логістики, налаштування платіжних систем та управління взаємовідносинами з клієнтами в Інтернеті. Вивчення дисципліни дозволяє майбутнім фахівцям не лише адаптувати

існуючий бізнес до вимог цифрової економіки, але й створювати власні успішні e-commerce проекти.

Предметом навчальної дисципліни є сукупність економічних, організаційних, правових та технологічних відносин, що виникають між учасниками ринку в процесі купівлі-продажу товарів, надання послуг та виконання робіт з використанням електронних інформаційно-комунікаційних мереж.

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування та управління електронним бізнесом, а також здатності розробляти та впроваджувати ефективні стратегії просування товарів і послуг у глобальному цифровому просторі для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Основними завданнями вивчення дисципліни є вивчення бізнес-моделей та інфраструктури електронної комерції, опанування інструментарію інтернет-маркетингу, CRM-систем і платіжних рішень. Курс передбачає набуття практичних навичок управління електронною логістикою, забезпечення кібербезпеки та правового регулювання онлайн-бізнесу, а також аналіз ключових показників ефективності цифрової діяльності.

За результатами вивчення курсу студент повинен **знати:**

- сутність, види та особливості моделей електронного бізнесу (B2B, B2C, C2C тощо);
- структуру інфраструктури ринку електронної комерції;
- принципи роботи платіжних систем, види електронних грошей та інструменти FinTech;
- особливості електронної логістики та фулфілменту;
- інструменти інтернет-маркетингу (SEO, SMM, email-маркетинг) та показники їх ефективності;
- нормативно-правову базу України, що регулює сферу електронної комерції та захист персональних даних;
- методики управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та програми лояльності.

вміти:

- обґрунтовувати вибір бізнес-моделі для електронного проєкту;
- розробляти стратегію присутності компанії в мережі Інтернет;
- здійснювати вибір оптимальних платіжних рішень та логістичних партнерів;
- аналізувати конкурентне середовище та поведінку споживачів онлайн;
- організовувати маркетингові кампанії в цифрових каналах;
- оцінювати ризики електронного бізнесу та застосовувати заходи інформаційної безпеки;
- використовувати аналітичні інструменти для оцінки ефективності онлайн-продажів.

Пререквізити. Вивчення дисципліни базується на знаннях, отриманих під час опанування таких обов'язкових компонентів: «Менеджмент», «Маркетинг», «Цифрові технології в управлінні», «Економіка підприємства» та «Фінанси, гроші та кредит».

Постреквізити. езульти вивчення освітнього компонента використовуються здобувачами під час вивчення дисциплін восьмого семестру: «Основи проектного менеджменту» та «Стратегічне управління підприємством». Набуті знання є основою для проходження переддипломної практики та підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра в частині розробки цифрових стратегій розвитку бізнесу, обґрунтування інноваційних моделей онлайн-торгівлі та оцінки ефективності цифрових інвестицій.

Зміст навчальної дисципліни

№	Назва теми	Методи навчання/методи оцінювання
Тема 1	Теоретичні основи електронного бізнесу	Методи навчання: - Інтерактивні лекції з аналізом реальних бізнес-моделей (B2B, B2C, маркетинг) та кейс-стаді успішних e-commerce проєктів; - Практичні заняття-воркшопи: порівняльний аналіз платіжних систем та FinTech-рішень, аудит юзабіліті вебсайтів та мобільних додатків, моделювання логістичних ланцюгів; - Проектна робота: розробка елементів маркетингової стратегії просування, робота з демоверсіями CRM-систем та інструментами вебаналітики, розбір юридичних кейсів щодо захисту даних Методи оцінювання - Поточний контроль: експрес-опитування на заняттях, комп'ютерне тестування за темами (знання термінології та законодавства); - Оцінювання практичних навичок: захист практичних робіт (наприклад, «Аудит інтернет-магазину», «План SMM-просування»), розв'язання ситуаційних задач (case study) з вибору логістичного партнера чи платіжного шлюзу; - підсумковий контроль: презентація індивідуального проєкту або залік у формі тесту.
Тема 2	Інфраструктура електронної комерції	
Тема 3	Системи електронних платежів та FinTech	
Тема 4	Електронна логістика та управління ланцюгами постачання	
Тема 5	Інтернет-маркетинг та стратегії просування	
Тема 6	Мобільна комерція	
Тема 7	Управління взаємовідносинами з клієнтами в е-бізнесі	
Тема 8	Штучний інтелект та автоматизація в електронній комерції	
Тема 9	Екосистеми та маркетинг: глобальні платформні моделі	
Тема 10	Правове регулювання та безпека електронного бізнесу	
Модульна контрольна робота		
Форма контролю залік		

Технічне обладнання та програмне забезпечення

Викладання дисципліни здійснюється у спеціалізованих комп'ютерних класах, де кожне робоче місце обладнане персональним комп'ютером. Для наочної демонстрації алгоритмів роботи з програмами використовується мультимедійне обладнання (проектор, інтерактивна дошка). Навчальний процес забезпечується

необхідним прикладним програмним забезпеченням (демо-версії CRM-систем), а також доступом до мережі Інтернет для роботи з хмарними сервісами, онлайн-реєстрами та джерелами відкритих даних.

Форми та методи контролю

Система оцінювання результатів навчання складається з поточного та підсумкового (семестрового) контролю. Поточний контроль здійснюється систематично на практичних заняттях та під час перевірки самостійної роботи. Його мета – перевірка теоретичних знань та практичних навичок, зокрема вміння структурувати інформацію, автоматизувати розрахунки та здійснювати *моделювання бізнес-процесів та проводити веб-аналітики*.

Форми оцінювання охоплюють:

- усні види робіт: захист практичних робіт (пояснення алгоритмів розрахунку), презентація результатів індивідуальних проєктів, участь у фахових дискусіях щодо вибору ІТ-інструментів;
- письмові та практичні види робіт: виконання комп'ютерних тестів, розв'язання ситуаційних задач (case study) у середовищі хмарних сервісів, CMS-систем та аналітичних платформ.

Методи контролю поєднують експрес-опитування, перевірку коректності побудованих інформаційних моделей (файлів) і розрахункових формул, а також моніторинг активності здобувачів під час вирішення прикладних проблемних ситуацій.

Система оцінювання та вимоги.

Таблиця розподілу балів, які отримують здобувачі вищої освіти*

Теми	Поточний контроль знань						Підсумковий контроль		Загальна кількість балів
	Семінар 1 (Тема 1,2)	Семінар 2 (Тема 3,4)	Семінар 3 (Тема 5)	Семінар 4 (Тема 6,7)	Семінар 5 (Тема 8,9)	Семінар 6 (Тема 10)	Модульна контрольна робота	Залік**	
Робота на семінарському занятті	6	6	6	6	6	6	20	20*	100
Самостійна робота	4	4	4	4	4	4			

*Таблиця містить інформацію про максимальні бали за кожен вид навчальної роботи здобувача вищої освіти.

Критерії та порядок оцінювання

Система контролю знань із дисципліни спирається на вимоги чинного «Положення про оцінювання знань студентів» і реалізується через накопичувальний механізм. Такий підхід гарантує врахування всіх досягнень здобувача протягом семестру, включаючи якість виконання практичних робіт, результати модульного

контролю та участь у дискусіях, забезпечуючи прозорість формування підсумкової оцінки.

1. Оцінювання модульного контролю

Модульний контроль здійснюється один раз на семестр у формі комплексної модульної контрольної роботи (МКР) після завершення вивчення основного навчального матеріалу. МКР має на меті перевірку рівня засвоєння теоретичних знань та вміння застосовувати їх при вирішенні прикладних задач.

Структура модульної контрольної роботи включає:

- Тестові завдання (для перевірки володіння термінологією та розуміння функціоналу програмного забезпечення).
- Практичне завдання (для перевірки навичок самостійної роботи з інструментами обробки даних та економічного моделювання).

Критерії оцінювання МКР:

- «Відмінно» (90–100% балів): студент надав правильні відповіді на тестові питання, безпомилково виконав практичне завдання, продемонстрував глибоке розуміння інструментарію та здатність інтерпретувати отримані результати.
- «Добре» (75–89% балів): студент загалом впорався із завданнями, але допустив несуттєві неточності у відповідях або обрав не найраціональніший спосіб вирішення практичної задачі.
- «Задовільно» (60–74% балів): студент засвоїв базовий матеріал, проте допустив помилки в тестах або виконав практичне завдання з порушенням алгоритму (чи не в повному обсязі).
- «Незадовільно» (менше 60% балів): студент не зміг відповісти на більшість тестових питань, не виконав практичне завдання або продемонстрував відсутність навичок роботи з програмним забезпеченням.

2. Оцінювання самостійної роботи (максимальна оцінка — 4 бали)

Самостійна робота здобувача (виконання домашніх індивідуальних завдань, опрацювання додаткових тем, аналіз кейсів) оцінюється за результатами перевірки виконаних завдань або їх захисту під час практичних занять.

4 бали («Відмінно»). Здобувач продемонстрував творчий підхід до виконання завдання, глибоке розуміння теми та вміння самостійно обирати оптимальні інструменти програмного забезпечення для вирішення задачі. Робота виконана бездоганно, отримані результати є вірними, зроблено ґрунтовні висновки. Завдання здано у встановлений термін.

3 бали («Добре»). Завдання виконано в повному обсязі, результати розрахунків правильні, але допущено незначні неточності в оформленні роботи, інтерпретації даних або нераціонально використано певні функції програмного забезпечення (наприклад, громіздкі формули замість вбудованих функцій).

2 бали («Задовільно»). Робота виконана, але містить суттєві недоліки: помилки у використанні формул або функцій, що не вплинули критично на кінцевий результат; відсутність аналітичних висновків; порушення вимог до оформлення. Або ж завдання виконано вірно, але здано з порушенням встановлених термінів без поважної причини.

0–1 бал («Незадовільно»). Завдання не виконано, виконано фрагментарно (менше 50% обсягу), містить грубі помилки, що призвели до невірних результатів, або виявлено факт плагіату (академічної недобросовісності).

Шкала оцінювання виконання самостійної роботи (індивідуальних завдань) критерії оцінювання.

Максимально можлива оцінка самостійної роботи (індивідуальні завдання)	Рівень виконання			
	Відмінно	Добре	Задовільно	Незадовільно
4	4	3	2	0-1

Для стимулювання творчої активності студентів та заохочення до поглибленого вивчення інструментів електронної комерції передбачено нарахування заохочувальних (бонусних) балів. До додаткових видів діяльності відносяться активності, що виконуються понад обов’язкові обсяги робочої програми.

3.1. Науково-дослідна та прикладна діяльність

Бали нараховуються за демонстрацію вміння застосовувати цифрові бізнес-інструменти для вирішення практичних завдань:

- Участь у науково-практичних конференціях та семінарах з проблематики електронного бізнесу, цифрового маркетингу, FinTech та інтернет-торгівлі — 3–5 балів.
- Розробка авторських прикладних рішень (створення прототипу Landing Page, розробка контент-плану для SMM, підготовка бізнес-моделі інтернет-магазину, налаштування тестової рекламної кампанії) — до 6 балів.
- Участь у конкурсах стартапів, бізнес-хакатонах або кейс-чемпіонатах з маркетингу та підприємництва — 5–10 балів.
- Аналітична робота з ринковими даними: підготовка аналітичних звітів з візуалізацією (конкурентний аналіз, дослідження цільової аудиторії, аналіз трендів e-commerce) — до 5 балів.

3.2. Навчальна дисципліна та систематичність Відповідно до «Положення про оцінювання», заохочувальні бали нараховуються за високий рівень організації роботи та дотримання академічної культури:

- відвідування всіх занять (лекційних та практичних) без пропусків — 3 бали.

- якісна систематизація лекційного матеріалу (наявність структурованого конспекту з описом бізнес-моделей, схем логістичних ланцюгів, ключових метрик ефективності KPI та термінології) — 2 бали.
- самостійне опанування додаткового інструментарію, не передбаченого базовою програмою (наприклад, поглиблене вивчення CRM-систем, сервісів вебаналітики Google Analytics, SEO-інструментів або конструкторів сайтів) з демонстрацією навичок — до 4 балів.
- своєчасне виконання та захист практичних робіт (дотримання встановлених дедлайнів здачі проєктів) — 3 бали.

Додаткові бали додаються до поточного рейтингу студента, при цьому загальна підсумкова оцінка за дисципліну не може перевищувати 89 балів (до складання заліку)

4. Підсумкове семестрове оцінювання (Залік)

Підсумкове семестрове оцінювання (залік) є обов'язковим етапом завершення вивчення дисципліни «Електронний бізнес». Воно може відбуватися у формі накопичення балів (автоматично) або шляхом складання підсумкової залікової роботи.

Формою підсумкового контролю є залік у вигляді письмового тесту, що може включати виконання практичного ситуаційного завдання (кейсу) на ПК. Підсумкова оцінка виставляється на основі результатів навчання студента протягом семестру та складається з суми балів поточного контролю (захист практичних робіт, самостійна робота), результатів модульного контролю та додаткових (заохочувальних) балів.

Студенти, які протягом семестру набрали необхідну кількість балів (60 і більше) та успішно захистили всі передбачені програмою практичні роботи, мають право отримати залік автоматично без складання підсумкового тесту.

Порядок формування оцінки:

Студенти, які протягом семестру виконали всі передбачені робочою програмою завдання (успішно захистили практичні роботи, виконали самостійні завдання, склали модульну контрольну роботу) і набрали в сумі 60 балів або вище, отримують підсумкову оцінку «автоматом» відповідно до набраної кількості балів без додаткового тестування.

Студенти, які виконали обов'язкові види робіт (не мають академічної заборгованості з практичних робіт), але отримали суму балів нижче 60, а також ті, хто бажає поліпшити свій результат (підвищити рейтинговий бал), складають підсумкову контрольну роботу у формі тесту (або комбінованого завдання на ПК) під час залікового заняття.

Для оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти впродовж семестру застосовується 100-бальна шкала, національна шкала та шкала ЄКТС.

Шкала підсумкового оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	Зараховано
82 – 89	B	добре	
75 – 81	C		
68 – 74	D	задовільно	
60 – 67	E		
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу

Успішне опанування освітньої компоненти «Електронний бізнес» вимагає від здобувачів освіти системності, технічної уважності та відповідального ставлення до практичної роботи з програмним забезпеченням. Обов'язковими умовами є регулярне відвідування лекційних і, особливо, практичних занять, активна участь в обговоренні методів обробки інформації, а також своєчасне і якісне виконання всіх практичних та індивідуальних завдань. У разі пропуску занять або отримання незадовільних результатів студент зобов'язаний ліквідувати академічну заборгованість шляхом відпрацювання практичних робіт та демонстрації навичок роботи з ПК викладачу.

Невіддільною складовою навчання є суворе дотримання норм академічної етики та цифрової культури. Освітній процес базується на принципах академічної доброчесності, що передбачає виключно самостійне виконання всіх розрахункових завдань, побудову бізнес-моделей та аналіз клієнтських баз. Будь-яке використання зовнішніх джерел інформації має супроводжуватися коректними посиланнями. У межах курсу неприпустимими є будь-які прояви академічної недоброчесності, зокрема: подання чужих проєктів, маркетингових планів як власних, плагіат, фабрикація результатів розрахунків, списування під час тестування, обман чи намагання вплинути на об'єктивність оцінювання.

Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Дмитрієва В. А. Онлайн технології в електронному бізнесі : навч. посіб. Дніпро : Ліра, 2022. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0063484.pdf>.
2. Васильєв О. Л. Електронна комерція : конспект лекцій. Харків : УкрДУЗТ, 2023. 54 с. URL: <https://surl.li/ggyynx>.
3. Digital Marketing : textbook / О. Chupryna, I. Arakelova, V. Tokareva [et al.]. Kyiv : Kondor, 2025. 304 p.
4. Садчикова І., Тарасенко А., Дубина М. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «Електронна комерція». Економіка та суспільство. 2023. Вип. 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-36>.

5. Сак Т. В. Електронна комерція та глобальне підприємництво : курс лекцій. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 113 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22433/1/ek_kl%202023.pdf..

Допоміжна література:

1. Вовк В., Гаврильченко О., Черкаський О. Вплив діджиталізації на формування маркетингових стратегій підприємств: використання digital-інструментів. Економіка та суспільство. 2025. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-1>.
2. Другова О. С. Стратегії підвищення конкурентоспроможності через цифрові технології, інновації та сталий розвиток. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. № 3 (44). С. 39–45.
3. Устік Т. В., Лисянський С. В. Сучасні концепції розвитку електронного бізнесу та маркетинговий інструментарій на ринку ветеринарних препаратів України. Вчені записки : зб. наук. пр. Київ : КНЕУ, 2022. Вип. 29. С. 123–131. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/39732>.
4. Шкригун Ю. О. «Електронний бізнес», «електронна комерція» та «електронна торгівля»: відмінності й особливості. Управління економікою: теорія та практика : зб. наук. пр. Київ : ІЕП НАНУ, 2020. С. 312–325. URL: <https://nasplib.isoftware.kiev.ua/handle/123456789/180444>.
5. Закревська Л. М., Пенчук Г. С. Перспективи та інструменти розвитку електронного бізнесу в Україні. Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. 2020. Вип. 6 (229). С. 33–39. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/31880>.
6. Подра О. П., Рогожинська А. В. Особливості розвитку електронного бізнесу в умовах становлення цифрової економіки. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2023. № 1 (9). URL: <https://surl.li/jsgcwj>.
7. Bedianashvili G., Zhosan H., Lavrenko S. Modern digitalization trends of Georgia and Ukraine. Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and rural development". 2022. Vol. 22, Issue 3. URL: <https://managementjournal.usamv.ro/index.php/scientific-papers/current>.
8. Лебідь О. В. Цифрова трансформація галузей економіки в Україні у воєнний час. Economics, Finance, Management: Current Issues of Science and Practice. 2022. № 2 (60). С. 141–156. DOI: <https://doi.org/10.37128/2411-4413-202210>.

Інформаційні ресурси

1. Єдиний державний веб-портал відкритих даних : офіц. вебсайт. URL: <https://data.gov.ua> (джерело наборів даних/dataset для обробки та моделювання).
2. Міністерство цифрової трансформації України : офіц. вебсайт. URL: <https://thedigital.gov.ua> (нормативна база та новини цифровізації).