



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради університету
«30» серпня 2024 року,
протокол № 2.

Ректор, голова вченої ради університету,
доктор юридичних наук, професор

_____ **Олег ОМЕЛЬЧУК**

«30» серпня 2024 року

М.П.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС»
для підготовки на першому(освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування

РОЗРОБНИК:

Доцент кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій,
кандидат економічних наук, доцент
«23» серпня 2024 року, протокол № 1.

_____ Андрій КОРЮГІН

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій
«23» серпня 2024 року, протокол № 1.

Завідувачка кафедри,
кандидатка економічних наук, доцентка
«23» серпня 2024 року

_____ Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

Деканеса факультету управління та економіки,
кандидатка економічних наук, доцентка
«27» серпня 2024 року

_____ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
«29» серпня 2024 року, протокол № 1.

Голова методичної ради університету,
кандидатка наук з державного управління,
доцентка
«29» серпня 2024 року

_____ Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 4
2. Заплановані результати навчання	– 5
3. Програма навчальної дисципліни	– 6
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 9
4.1. Тематичний план навчальної дисципліни	– 9
4.2. Аудиторні заняття	– 9
4.3. Самостійна робота студентів	– 10
5. Методи навчання та контролю	– 10
6. Схема нарахування балів	– 11
7. Рекомендовані джерела	– 11
7.1. Основні джерела	– 11
7.2. Допоміжні джерела	– 12
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 12

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	— 07 Управління і адміністрування
2. Код і назва спеціальності	— 073 Менеджмент
3. Назва спеціалізації	—
4. Назва дисципліни	— Електронний бізнес
5. Тип дисципліни	— вибіркова
6. Код дисципліни	— ППВ 7.53
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	— перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	— бакалавр
9. Курс / рік навчання	— четвертий
10. Семестр	— сьомий
11. Обсяг вивчення дисципліни:	
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	— 3,0 / 90
2) денна форма навчання:	
аудиторні заняття (годин)	— 36
% від загального обсягу	— 40
лекційні заняття (годин)	— 18
% від обсягу аудиторних годин	— 20
семінарські заняття (годин)	— 18
% від обсягу аудиторних годин	— 20
самостійна робота (годин)	— 54
% від загального обсягу	— 60
тижневих годин:	
аудиторних занять	— 2
самостійної роботи	— 3
3) заочна форма навчання:	
аудиторні заняття (годин)	— 10
% від загального обсягу	— 11,1
лекційні заняття (годин)	— 6
% від обсягу аудиторних годин	— 6,67
семінарські заняття (годин)	— 4
% від обсягу аудиторних годин	— 4,44
самостійна робота (годин)	— 80
% від загального обсягу	— 88,9
тижневих годин:	—
аудиторних занять	— 1,7
самостійної роботи	— 4,4
12. Форма семестрового контролю	— залік
13. Місце дисципліни в логічній схемі:	
1) попередні дисципліни	— ППО 12. Цифровий менеджмент, ППО 21 Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж
2) наступні дисципліни	— Не передбачено
14. Мова вивчення дисципліни	— українська.

2. Заплановані результати навчання

Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни	Загальні компетентності: ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Фахові (спеціальні) компетентності: СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності бізнес-структур, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту. СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації. СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення СК 17. Здатність проводити діагностику діяльності реальних та віртуальних бізнес-структур з використанням відповідного матеріального та програмного забезпечення в умовах цифрового середовища задля досягнення ефективності їх бізнес-процесів.
Програмні результати навчання	ПР 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. ПР 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. ПР 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПР 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. ПР 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. ПР 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера. ПР 19. Демонструвати знання закономірностей цифрової комунікативної взаємодії в соціально-економічних системах різних рівнів і сфер діяльності.

Після завершення вивчення дисципліни здобувач повинен продемонструвати такі результати навчання:	
1. Знання	
1.1)	відтворювати визначення понятійно-термінологічного апарату електронного бізнесу;
1.2)	називати показники, що вимірюють ефективність заходів в електронному бізнесу;
1.3)	описувати основні форми та види електронного бізнесу;
1.4)	казати особливості ведення бізнесу в Інтернет;
1.5)	визначати стратегію та тактику фірм та підприємств в електронному бізнесі
2. Розуміння	
2.1)	пояснювати зміст дефініцій основних термінів, що розкривають суть організації електронного бізнесу;
2.2)	класифікувати базові технології електронного бізнесу на групи за сукупністю подібних ознак;
2.3)	описувати принципи функціонування електронного бізнесу ;

2.4)	виділяти проблеми та перспективи реалізації головних напрямків електронного бізнесу
2.5)	з'ясовувати основні тенденції розвитку платіжних систем в Інтернет
3. Застосування знань	
3.1)	застосовувати методичний інструментарій розробки та реалізації завдань електронного бізнесу в Інтернет;
3.2)	виявляти недоліки в організації та проведенні заходів маркетингу в електронному бізнесі
3.3)	розробляти пропозиції щодо удосконалення механізмів функціонування фінансових систем в електронному бізнесі;
3.4)	організовувати поширення інструментів та систем електронного бізнесу на базі господарюючих суб'єктів
3.5)	планувати розподіл функцій електронного бізнесу між учасниками Інтернет-середовища
4. Аналіз	
4.1)	аналізувати товари, послуги та фінансові системи в Інтернет-середовищі;
4.2)	порівнювати основні форми застосування бізнес-аналітики в електронній торгівлі ;
4.3)	визначати перспективні напрями удосконалення інформаційних систем підприємства в електронному бізнесі;
4.4)	виділяти складові бізнес-стратегій в електронному бізнесі;
4.5)	досліджувати вплив витрат електронного бізнесу на економічні показники діяльності підприємств.
5. Синтез	
5.1)	аргументувати зміни у формах та інструментах електронного бізнесу;
5.2)	проектувати бізнес-стратегії електронного бізнесу;
5.3)	розробляти основні напрями інтеграції форм електронного бізнесу в Інтернет-середовищі;
5.4)	узагальнювати досвід провідних підприємств щодо застосування форм та інструментів електронного бізнесу;
5.5)	модифікувати систему електронного бізнесу на підприємстві
6. Оцінювання	
6.1)	оцінювати рівень ефективності застосування інструментів електронного бізнесу;
6.2)	встановлювати цілі розвитку бізнес-моделей в ринковому середовищі;
6.3)	пояснювати зміни в інструментах та формах електронного бізнесу;
6.4)	виміряти економічні результати та витрати форм та інструментів електронного бізнесу;
6.5)	передбачати зміни ринку та поведінку клієнтів стосовно моделей та форм електронного бізнесу
7. Створення (творчість)	
7.1)	розробляти моделі, форми та інструменти електронного бізнесу;
7.2)	проектувати організацію електронного бізнесу на підприємствах та фірмах;
7.3)	планувати розвиток систем та моделей електронного бізнесу на підприємствах;
7.4)	складати схеми взаємодії електронного бізнесу з іншими функціональними напрямками цифрового маркетингу та менеджменту.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Основні поняття електронного бізнесу

Основні поняття електронного бізнесу. Характеристики та принципи функціонування електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу. Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією. Моделі електронного бізнесу. Бізнес-стратегії фірм електронного бізнесу. Започаткування електронного бізнесу

Бізнес-моделі в інтернет-бізнесі. Форми взаємодії в електронному бізнесі. Пристосування стратегії електронного бізнесу до корпоративної стратегії

Тема 2. Базові технології та основні принципи функціонування електронного бізнесу

Основні принципи функціонування та роботи систем електронного бізнесу. Найпоширеніші послуги Internet. Базові технології електронного бізнесу. Web-сайт як основа системи електронного бізнесу визначення та характеристики. Типи та види Web-сайтів. Системи управління веб-контентом (WCMS). Використання сучасних онлайн конструкторів для створення комерційного веб-сайту. Способи оплати товарів в Інтернет-магазинах. Система управління закупівлями (e-procurement). Система повного циклу супроводження постачальників (SCM-система). Система повного циклу супроводу споживачів (CRM-система). Віртуальні підприємства. Інтернет-інкубатори. Мобільна комерція. Основні принципи функціонування та роботи систем електронного бізнесу.

Тема 3 Платіжні системи в Інтернеті

Поняття платіжної системи в Інтернеті. Види електронних систем взаєморозрахунків. Історія виникнення й основні переваги використання пластикових карт. Класифікація пластикових карт. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті. Недоліки використання пластикових карт в Інтернет-комерції . Особливості інтеграції сайту підприємства з електронними платіжними системами.

Тема 4 Фінансові системи в Інтернеті

Банківські платіжні системи. Розвиток Інтернет-банкінга у світі та в Україні. Безпека Інтернет-банкінгу. Вимоги щодо системи захисту інформації . Відповідальність суб'єктів переказу за забезпечення захисту інформації та основні типи загроз . Криптографічний захист інформації і системи розподілу ключів. Заходи захисту інформаційної безпеки

Тема 5. Основи маркетингу в електронному бізнесі

Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Закони Інтернет-маркетингу. Структура і складові Інтернет-маркетинг-міксу. Інструменти комплексного інтернет маркетингу на підприємстві . Маркетингові дослідження в Інтернеті. Етапи маркетингових досліджень та інструменти онлайн опитування. Електронні торгові ряди (супермаркети). Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини.

Тема 6. Послуги в електронній комерції

Види послуг в електронній комерції. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні страхові послуги . Дистанційне навчання. Туристичні послуги в мережі Internet.

Тема 7. Реклама в Інтернеті

Інтернет-реклама: визначення, елементи та засоби. Переваги і недоліки електронної реклами. Проведення рекламних заходів в Інтернет. Види Інтернет-реклами. Банерна реклама. E-mail реклама. Вірусний маркетинг. Спонсорські програми. Контекстна реклами (PPC). Аналіз ефективності Інтернет-реклами. Методи аналізу ефективності Інтернет-реклами.

Тема 8. Інформаційні системи в масштабах підприємства

Інформаційні системи класу ERP. Інформаційні системи класу SCM. Інформаційні системи класу CRM . Колаборативні та внутрішні системи підприємства. Особливості інформаційного рішення для електронного бізнесу і комерції.

Тема 9. Бізнес-аналітика та показники вимірювання виконання в електронній торгівлі

Сутність бізнес-аналітики. Функції та переваги бізнес-аналітики. Технології використання. Бізнес-аналітика і vs ERP. Нові тенденції розвитку бізнес-аналітики в Україні.

Показники вимірювання. Методи оцінки ефективності систем електронного бізнесу. Економічна ефективність. Оцінка інтеграції з інформаційною системою підприємства. Маркетингові показники ефективності. Ефективність веб-сайту.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин											
		Денна форма навчання						Заочна форма навчання					
		Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
			Лекції	Сем. (прак).	Лабор.	Ін.зав.	СРС		Лекції	Сем. (прак).	Лабор.	Ін.зав.	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Основні поняття електронного бізнесу	10	2	2	-	-	6	10	2	2	-	-	6
2.	Базові технології та основні принципи функціонування електронного бізнесу	10	2	2	-	-	6	10	2	0	-	-	8
3.	Платіжні системи в Інтернеті	10	2	2	-	-	6	10	0	0	-	-	10
4.	Фінансові системи в Інтернеті	10	2	2	-	-	6	10	0	0	-	-	10
5.	Основи маркетингу в електронному бізнесі	10	2	2	-	-	6	10	0	0	-	-	10
6.	Послуги в електронній комерції	10	2	2	-	-	6	10	0	0	-	-	10
7.	Реклама в Інтернеті	10	2	2	-	-	6	10	0	0	-	-	10
8.	Інформаційні системи в масштабах підприємства	10	2	2	-	-	6	10	0	0	-	-	10
9.	Бізнес-аналітика та показники вимірювання виконання в електронній торгівлі	10	2	2			6	10	2	2			6
	Всього годин:	90	18	18	-	-	54	90	6	4	-	-	80

4.2. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбаченими тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються в підрозділі 1.2 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань та методичні рекомендації для підготовки до занять визначаються в підрозділі 1.3 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів включає завдання до кожної теми та індивідуальні завдання.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в підрозділі 1.4 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3.3. У процесі вивчення навчальної дисципліни студенти виконують індивідуальні завдання у вигляді індивідуальних розрахункових завдань.

4.3.4. Тематика індивідуальних завдань та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в підрозділі 1.5 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3.5. Індивідуальні завдання виконуються в межах часу, визначеного для самостійної роботи студентів, та оцінюються частиною визначених в розділі 6 цієї програми кількості балів, виділених для самостійної роботи.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) слайдова презентація.

На семінарських заняттях застосовуються:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- вирішення ситуаційних завдань;
- повідомлення про виконання індивідуальних завдань;
- розв'язок розрахункових завдань.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

- 1) усне або письмове (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;
- 2) усне або письмове(у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях;
- 3) виконання поточних контрольних робіт;
- 4) розв'язування задач та формулювання висновків за результатами розрахунків;
- 5) захист підготовленого публічного виступу.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі усного екзамену.

Структура екзаменаційного білету включає два теоретичних питання, п'ять тестових завдань та розрахункову задачу.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:



Рисунок 6.1 Схема нарахування балів студентам за результатами навчання

6.2. Обсяг балів, здобутих студентами під час лекцій, семінарських занять, самостійної роботи студентів та виконання індивідуальних завдань визначаються в навчально-методичних матеріалах з цієї дисципліни.

7. Рекомендовані джерела

7.1. Основні джерела

1. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с.
2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 292 с.
3. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» 2015. 264 с.
4. Дrajниця С. А. Електронна комерція : навч. посібник. Львів : Новий Світ-2000, 2013. 182 с.
5. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
6. Кордзя Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2.: навчальний посібник. Херсон. Олді-плюс. 2018. 164 с.
7. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ : Аграр Медіа Груп. 2021. 454 с.
8. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2011. 332 с.
9. Тардаскіна Т.М. Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: Навчальний

- посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
10. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

7.2. Допоміжні джерела

1. Архипова Т., Корюгін А. Цифровізація управління маркетинговою діяльністю підприємства. Інвестиції : практика та досвід. 2023. № 10.
2. Вдовічена О. Г., Мітяєва Т. Л., Корюгін А. В. Digital-маркетинг як інструмент антикризового розвитку суб'єктів господарювання. *Ефективна економіка*. 2022. № 12.
3. Витвицька О.М., Суворова С.Г., Корюгін А.В. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40.
4. Довгань В, Арзянцева Д., Захаркевич Н, Корюгін А. Соціально-орієнтовний маркетинг як інструмент брендингу підприємств у сфері туризму. *Eurasian Academic Research Journal*. 2022. № 1. Р. 71-78.
5. Мільман Л. М., Корюгін А. В. Цифровий маркетинг у розвитку діяльності суб'єктів готельно-ресторанної та туристичної індустрії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 6.
6. Мозгова Г. В., Ляшевська В. І., Білоконь В. О. Сутність і моделі електронного бізнесу та електронної комерції. *Бізнес Інформ*. 2022. № 1. С. 123-131.
7. Подра О. П., Рогожинська А.В. Особливості розвитку електронного бізнесу в умовах становлення цифрової економіки. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2023. Vol. 5, numb. 1. С. 224-235.
8. Садчикова І. В., Тарасенко А.В. Еволюційні погляди щодо сутності поняття "електронний бізнес". *Проблеми економіки*. 2023. № 2. С. 99-105.
9. Селюченко Н. Є., Білогрива А.М. Електронна комерція як інструмент забезпечення безперервності бізнесу в умовах пандемії COVID-19. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development*. 2022. - Vol. 4, numb. 1. С. 159-166.
10. Ткачук В. О, Обіход С. В. Структура та класифікація моделей електронного бізнесу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 1. С. 11-17.
11. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

- | | |
|--|--|
| 1. http://www.rada.gov.ua | - Веб-портал Верховної Ради України |
| http://www.president.gov.ua | - Веб-портал Адміністрації Президента України |
| 2. http://www.kmu.gov.ua | - Веб-портал Кабінету Міністрів України |
| 3. http://mon.gov.ua | - Веб-сайт Міністерства освіти і науки України |
| 4. http://www.nads.gov.ua | - Веб-сайт Національного агентства України з питань державної служби |
| 5. http://www.me.gov.ua | - Веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України |
| 6. http://www.archives.gov.ua | - Веб-портал Державної архівної служби України |
| 7. http://nbuv.gov.ua/ | - Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського |
| 8. http://gntb.gov.ua/ua/ | - Веб-сайт Веб-сайт державної науково-технічної бібліотеки України |
| 9. http://www.ounb.km.ua/ | - Веб-сайт Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки |
| 10. http://www.adm.km.ua/ | - Веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації |
| 11. http://km-oblrada.gov.ua/ | - Веб-сайт Хмельницької обласної ради |

12. <http://www.khmelnysky.com/> - Веб-сайт Хмельницької міської ради
13. <http://www.univer.km.ua/> - Веб-сайт Хмельницького університету управління та права
14. <http://eup.ru/> - Науково-освітній портал “Економіка і управління на підприємствах”
15. <http://www.cfin.ru> - Веб-сайт «Корпоративний менеджмент»