

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ

«28» серпня 2026 р.



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС
(англійською мовою)**

рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітня програма: «Міжнародна електронна комерція»

вид дисципліни: обов'язкова

факультет: ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2026/2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

«27» серпня 2026 року, протокол №1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Шамара Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

Програму схвалено на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій

Протокол № 1 від «26» серпня 2026 року

Завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій


(підпис) Наталя ДАНЬКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародна електронна комерція»

Гарант освітньо-професійної програми «Міжнародна електронна комерція» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти


(підпис) Світлана СТРАПЧУК
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол № 1 від «27» серпня 2026 року

Голова науково-методичної комісії ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»


(підпис) Ганна ПАНАСЕНКО
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Електронний бізнес” (англійською мовою) складена відповідно до освітньо-професійної програми «Електронна комерція» підготовки першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни «Електронний бізнес» є формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань, практичних умінь і навичок щодо організації, функціонування та розвитку електронного бізнесу, застосування цифрових технологій і платформ для здійснення підприємницької діяльності, взаємодії з клієнтами, партнерами та постачальниками, а також використання сучасних інструментів електронної комерції та цифрової трансформації бізнесу.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни «Електронний бізнес» є:

- опанування основних понять, принципів та моделей електронного бізнесу;
- знання історії становлення та сучасних тенденцій розвитку електронного бізнесу;
- розуміння особливостей функціонування основних бізнес-моделей електронного бізнесу та електронної комерції;
- вміння застосовувати цифрові технології та інструменти для організації й розвитку підприємницької діяльності;
- опанування основних видів електронної комерції;
- вміння аналізувати функціонування цифрових платформ, маркетплейсів та електронних торговельних майданчиків;
- знання принципів функціонування електронних закупівель та корпоративних порталів;
- вміння застосовувати інструменти цифрового маркетингу, електронних платежів, CRM та інших цифрових сервісів у бізнесі;
- розуміння принципів омніканальної та мультиканальної торгівлі, інтеграції вебсайтів, мобільних застосунків, соціальних мереж та фізичних каналів взаємодії з клієнтами;
- вміння використовувати сучасні цифрові платформи та інформаційні системи для організації бізнес-процесів;
- застосування принципів персоналізації пропозицій та формування єдиного клієнтського досвіду в цифровому середовищі;
- знання основних ризиків електронного бізнесу, зокрема ризиків інформаційної безпеки, захисту даних та цифрових платежів;
- вміння оцінювати ефективність використання цифрових технологій та платформ у підприємницькій діяльності;
- формування навичок розроблення та обґрунтування цифрових бізнес-моделей і практичних рішень щодо розвитку електронного бізнесу.

1.3 Кількість кредитів – 10 (5 кредитів – 7 семестр + 5 кредитів – 8 семестр)

1.4 Загальна кількість годин – 300 (150 год. – 7 семестр + 150 год. – 8 семестр)

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	
Семестр	
7-й	
Лекції	
32 год.	
Семінарські заняття	
22 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
96 год.	
у тому числі індивідуальні завдання	
Семестр	
8-й	
Лекції	
24 год.	
Семінарські заняття	
16 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
110 год.	
у тому числі індивідуальні завдання	
год.	
год.	

1.6 Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна:

- формування наступних загальних компетентностей

ЗК 03. Здатність навчатися та бути сучасно навченим

ЗК 06. Здатність спілкуватися іноземними мовами

ЗК 07. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

- формування наступних спеціальних (фахових) компетентностей

СК 04. Здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях

СК 14. Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами

СК 17 Здатність до розробки бізнес-планів, побудови бізнес-моделей, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері електронного підприємництва, торгівлі та біржової практики в тому числі на засадах сталого розвитку

1.7 Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна:

РН 02 Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами

усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію

РН 03 Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення

РН 07 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати

РН 11 Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях

РН 24 Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків

2. Тематичний план навчальної дисципліни (7 семестр)

Тема 1. Теоретичні засади та еволюція електронного бізнесу

Історія становлення та еволюція електронного бізнесу. Цифрова трансформація економіки та формування нових моделей ведення бізнесу. Основні поняття та їх взаємозв'язок: цифрова (віртуальна) економіка (digital/online economy), електронний бізнес (e-business), веб-бізнес (web-business), електронна комерція (e-commerce), інтернет-комерція (Internet commerce), цифрові послуги, електронні гроші (e-money). Електронний бізнес як сучасне економічне явище. Взаємозв'язок електронного бізнесу, електронної комерції та цифрової економіки. Інтернет як базова інфраструктура електронного бізнесу. Структура, принципи функціонування та протоколи передачі даних. Цифрові платформи та мережеві ефекти. Традиційний, електронний та цифровий бізнес: спільні риси та відмінності. Основні учасники екосистеми електронного бізнесу. Сучасні тенденції: мобільність, хмарні технології, Big Data, штучний інтелект та автоматизація бізнес-процесів.

Тема 2. Бізнес-моделі, принципи та можливості електронного бізнесу

Основні характеристики економічної моделі електронного бізнесу. Принципи функціонування електронного бізнесу. Традиційний та електронний бізнес: порівняння етапів взаємодії з клієнтом. Основні форми та моделі електронної комерції: B2B, B2C, C2C, C2B, B2G/G2B, G2C, D2C. Маркетплейси, цифрові платформи та екосистеми. Переваги та обмеження електронного бізнесу. Вплив електронної комерції на продуктивність, зайнятість, конкурентоспроможність та міжнародну торгівлю. Мережеві ефекти, масштабованість та глобалізація. Умови розвитку електронної комерції. Формування бізнес-моделі електронного підприємства. Ціннісна пропозиція, цільові сегменти, канали, взаємовідносини з клієнтами, ресурси, партнери, доходи та витрати. Цифрова стратегія підприємства. Цінова політика та динамічне ціноутворення. Веб-представництво підприємства. Інтернет-магазин та його функціональність.

Тема 3. Планування електронного бізнесу

Визначення сутності та призначення бізнес-плану електронного підприємства; основних етапів планування електронного бізнесу; структури бізнес-плану; аналізу бізнес-ідеї; опису продукту або цифрової послуги; визначення цільового ринку та цільової аудиторії; аналізу конкурентного середовища; визначення ринкової ніші; SWOT-аналізу; формування маркетингової стратегії; організаційного планування; ресурсного забезпечення; фінансового планування; прогнозування доходів і витрат. Break-even Point, ROI, Payback Period, NPV, IRR. Оцінювання ризиків; календарного планування реалізації проєкту; цифрових інструментів планування та управління проєктами. Оцінювання життєздатності бізнес-проєкту.

Тема 4. Цифрові платформи та омніканальна торгівля

B2B та B2C електронна комерція. Електронні закупівлі. Електронні торговельні майданчики. EDI. Корпоративні портали. D2C. Маркетплейси. Цифрові платформи. Платформна бізнес-модель. Мережеві ефекти. Конкуренція цифрових платформ. Українські та міжнародні маркетплейси. Омніканальна та мультиканальна торгівля. Інтеграція вебсайту, мобільного застосунку, соціальних мереж та фізичних каналів. Єдиний клієнтський досвід. Персоналізація пропозицій.

Тема 5. Інтернет-маркетинг, цифрові комунікації та клієнтський досвід

Поняття та основні інструменти інтернет-маркетингу. Інструменти просування бізнесу в пошукових системах. Контекстна та медійна реклама в цифровому середовищі. SMM та використання соціальних мереж у маркетингових комунікаціях. Контент-маркетинг: створення, поширення та просування цифрового контенту. Email-маркетинг як інструмент комунікації та утримання клієнтів. Influencer marketing та affiliate marketing у цифровому просуванні. Remarketing та mobile marketing: особливості використання і цільова аудиторія. Social commerce як поєднання соціальних мереж та електронної комерції. CRM та управління взаємовідносинами з клієнтами в цифровому середовищі. Customer journey: етапи та точки взаємодії клієнта з бізнесом. Персоналізація цифрових пропозицій і комунікацій з клієнтами. Онлайн-репутація, відгуки та рейтинги як чинники довіри до бізнесу. Digital analytics та основні показники ефективності цифрового маркетингу. Traffic та conversion rate як показники поведінки користувачів. Використання AI у цифровому маркетингу: персоналізація, створення контенту, аналітика та автоматизація маркетингових комунікацій.

Тема 6. Електронні платежі, цифрові фінансові послуги та fulfillment

Поняття та особливості електронних транзакцій у сучасному бізнесі. Платіжні системи та їх роль в електронній комерції. Банківські картки як інструмент електронних платежів. Безконтактні платежі та сучасні технології їх здійснення. Електронні гаманці та особливості їх використання. Mobile payments як сучасний спосіб здійснення електронних платежів. FinTech та його роль у трансформації фінансових послуг. Internet banking та цифрові фінансові послуги. Безпека електронних платежів та основні механізми захисту платіжних операцій. Платіжне шахрайство: основні види, ризики та способи запобігання. Поняття та основні принципи fulfillment в електронній комерції. Складська логістика та управління товарними запасами в електронному бізнесі. Last-mile delivery та особливості доставки замовлення кінцевому споживачу. Управління поверненнями та організація зворотної логістики. Інтеграція магазину, складу, платежів і логістики як умова ефективного виконання замовлення. Взаємозв'язок електронних платежів і fulfillment у формуванні повного циклу обслуговування клієнта. Вплив швидкості, надійності та зручності платежів і доставки на клієнтський досвід.

Тема 7. Управління бізнес-процесами, віртуальними підприємствами та ефективністю електронного бізнесу

Поняття та особливості бізнес-процесів електронного підприємства. Основні та допоміжні бізнес-процеси електронного бізнесу. Business Process Management та його роль у управлінні електронним підприємством. Автоматизація та цифровізація бізнес-процесів. Реінжиніринг бізнес-процесів та його застосування в електронному бізнесі. Електронний документообіг та цифрова організація бізнес-процесів. Поняття та особливості функціонування віртуальних підприємств. Віртуальні команди та особливості організації їх роботи. Мобільний офіс та цифрові інструменти організації роботи. Хмарні технології в управлінні бізнес-процесами. Управління операційними ресурсами електронного підприємства. Конкурентоспроможність електронного бізнесу в цифровому середовищі. Формування доданої вартості в електронному бізнесі. KPI електронного бізнесу та їх роль в оцінюванні результативності діяльності. Фінансові, маркетингові, операційні та клієнтські показники ефективності електронного бізнесу. Комплексне оцінювання ефективності електронного бізнесу та використання цифрових показників для прийняття управлінських рішень.

Тема 8. Кібербезпека та правове регулювання електронного бізнесу

Поняття та основні принципи інформаційної безпеки в електронному бізнесі. Кібербезпека як складова безпечного функціонування електронного підприємства. Основи криптології та їх значення для захисту цифрової інформації. Симетричне та асиметричне шифрування: принципи та сфери застосування. Цифровий підпис та його використання в електронному бізнесі. Автентифікація та авторизація користувачів у цифрових системах. Захист персональних даних в електронному бізнесі. Кіберризики та кіберзагрози для електронних підприємств. Основні підходи до захисту електронних платежів. Юридична сила електронних договорів у цифровому середовищі. Електронні документи та електронний підпис у господарській діяльності. Інтелектуальна власність у цифровому середовищі. Захист прав споживачів в електронній комерції. Оподаткування електронної торгівлі та особливості його правового регулювання. Юрисдикція в Інтернеті та проблеми правового регулювання транскордонної електронної діяльності. Українське та міжнародне правове регулювання електронного бізнесу. Правові та організаційні механізми забезпечення довіри до електронного бізнесу. Сучасні виклики кібербезпеки та правового регулювання в умовах цифрової трансформації бізнесу.

(8 семестр)

Тема 9. Дані, цифрова аналітика та управління рішеннями в електронному бізнесі

Дані як стратегічний ресурс електронного бізнесу. Види бізнес-даних та джерела їх формування. Big Data в електронному бізнесі. Customer Data та її значення для управління взаємодією з клієнтами. Digital Footprint та використання цифрових слідів у бізнес-аналітиці. Web analytics як інструмент аналізу поведінки користувачів. Customer analytics, Product analytics та Sales analytics. Основні цифрові метрики та KPI електронного бізнесу. Прогнозування попиту на основі аналізу даних. Data-driven decision making та прийняття управлінських рішень на основі даних. Використання даних для персоналізації клієнтського досвіду. Взаємозв'язок даних, аналізу, цифрових показників та управлінських рішень в електронному бізнесі.

Тема 10. Штучний інтелект та інтелектуальна автоматизація електронного бізнесу

Поняття та роль штучного інтелекту в сучасному електронному бізнесі. Generative AI та його застосування в бізнесі. AI як інструмент бізнес-трансформації. Використання AI у маркетингу та продажах. AI у customer service: чат-боти та віртуальні асистенти. Chatbots та virtual assistants в електронному бізнесі. Персоналізація пропозицій за допомогою AI. Рекомендаційні системи та їх роль у цифровій торгівлі. Прогнозування попиту та аналіз поведінки споживачів за допомогою AI. AI у ціноутворенні та управлінні комерційними пропозиціями. AI у CRM та управлінні взаємовідносинами з клієнтами. Автоматизоване створення контенту за допомогою Generative AI. AI у рекрутингу та управлінні персоналом. AI у логістиці та fulfillment. Інтелектуальна автоматизація бізнес-процесів. Generative AI та продуктивність працівників. Обмеження та ризики використання AI в електронному бізнесі. Галюцинації AI, захист даних та авторське право. Етичні питання використання AI у бізнесі. AI governance та принципи відповідального використання штучного інтелекту.

Тема 11. Цифрова трансформація підприємства та управління змінами

Поняття цифрової трансформації підприємства. Digital transformation та digitalization: сутність і відмінності. Цифрова зрілість підприємства та її основні характеристики. Методи оцінювання рівня цифрової зрілості підприємства. Стратегія цифрової трансформації підприємства. Цифрова культура підприємства та її роль у трансформаційних процесах. Зміна організаційних структур під впливом цифровізації. Digital leadership та роль керівника в цифровій трансформації. Управління змінами в умовах цифрової трансформації. Опір цифровим змінам та способи його подолання. Цифрові компетентності персоналу. Автоматизація робочих місць та зміна характеру праці. Віртуальні команди, гібридна та дистанційна робота. Хмарна трансформація підприємства. Інтеграція цифрових технологій у бізнес-процеси. Оцінювання результатів цифрової трансформації підприємства. Взаємозв'язок технологічних, організаційних та управлінських змін у процесі цифрової трансформації.

Тема 12. Міжнародний електронний бізнес та транскордонна електронна комерція

Глобалізація електронного бізнесу та її вплив на розвиток цифрової економіки. Cross-border e-commerce та його основні характеристики. Особливості виходу підприємства на міжнародні цифрові ринки. Глобальні цифрові платформи та міжнародні маркетплейси. Особливості поведінки споживачів різних країн у цифровому середовищі. Кроскультурні аспекти цифрових комунікацій. Локалізація вебсайтів і цифрових продуктів для міжнародних ринків. Міжнародне цифрове ціноутворення. Валютні операції та міжнародні платежі в електронному бізнесі. Міжнародна логістика та організація транскордонної доставки. Митні питання у міжнародній електронній торгівлі. Транскордонний захист даних. Юрисдикція міжнародних цифрових транзакцій. Міжнародні цифрові екосистеми. Стратегії інтернаціоналізації електронного бізнесу. Український бізнес на міжнародних цифрових ринках. Особливості функціонування електронного бізнесу в умовах глобального цифрового середовища.

Тема 13. Економіка та стратегічне управління електронним бізнесом

Економічні особливості електронного бізнесу. Структура доходів та витрат цифрового підприємства. Digital cost structure та особливості витрат цифрового бізнесу. Масштабованість електронного бізнесу. Network effects та їх вплив на розвиток цифрових платформ. Economies of scale в електронному бізнесі. Unit economics та оцінювання економічної ефективності цифрового бізнесу. Монетизація цифрових продуктів і платформ. Subscription model та особливості її застосування. Freemium model у цифровому бізнесі. Commission model та transaction fee model. Advertising model як модель монетизації цифрових продуктів і платформ. Platform monetization та джерела доходів цифрових платформ. Цифрові бізнес-екосистеми та їх економічні особливості. Стратегічне управління конкурентоспроможністю електронного бізнесу. Оцінювання ефективності цифрової бізнес-моделі. Стратегічні ризики та перспективи розвитку електронного бізнесу. Економічна цінність у цифровому бізнесі: створення, доставка та монетизація.

Тема 14. Перспективи та інноваційні напрями розвитку електронного бізнесу

Основні тенденції розвитку електронного бізнесу. Generative AI як напрям подальшого розвитку цифрового бізнесу. Big Data та Predictive Analytics у майбутньому електронного бізнесу. Internet of Things (IoT) та його застосування в електронному бізнесі. Cloud technologies як основа розвитку цифрових бізнес-моделей. Blockchain та можливості його використання в електронному бізнесі. Smart contracts у цифрових транзакціях та бізнес-процесах. Automation and robotics у цифровому бізнесі. Social commerce та розвиток торгівлі

через соціальні платформи. Mobile commerce та нові формати цифрової взаємодії зі споживачами. Voice commerce та використання голосових технологій у торгівлі. Hyper-personalization та індивідуалізація цифрового клієнтського досвіду. Immersive commerce та використання цифрових технологій для формування нового клієнтського досвіду. AR/VR у цифровій торгівлі. Цифрові екосистеми та їх розвиток. Супераплікації та інтегровані цифрові сервіси. Нові форми цифрового підприємництва. Сталий цифровий розвиток. Перспективи електронного бізнесу в Україні. Електронний бізнес як інструмент відновлення та міжнародної інтеграції української економіки.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
л		п	лаб	інд	с.р	
7 семестр						
1. Теоретичні засади та еволюція електронного бізнесу	20	4	4			12
2. Бізнес-моделі, принципи та можливості електронного бізнесу	20	4	4			12
3. Планування електронного бізнесу	20	4	4			12
4. Цифрові платформи та омніканальна торгівля	18	4	2			12
5. Інтернет-маркетинг, цифрові комунікації та клієнтський досвід	18	4	2			12
6. Електронні платежі, цифрові фінансові послуги та fulfillment	18	4	2			12
7. Управління бізнес-процесами, віртуальними підприємствами та ефективністю	18	4	2			12
8. Кібербезпека та правове регулювання	18	4	2			12
Усього за 7 семестром	150	32	22			96
8 семестр						
9. Дані, цифрова аналітика та управління рішеннями	28	4	4			20
10. Штучний інтелект та інтелектуальна автоматизація	26	4	4			18
11. Цифрова трансформація підприємства та управління змінами	24	4	2			18
12. Міжнародний електронний бізнес та транскордонна електронна комерція	24	4	2			18
13. Економіка та стратегічне управління електронним бізнесом	24	4	2			18
14. Перспективи та інноваційні напрями розвитку електронного бізнесу	24	4	2			18
Усього за 8 семестром	150	24	16			110
Разом	300	56	38			206

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
7 семестр		
1	Теоретичні засади та еволюція електронного бізнесу	2
2		2
3	Бізнес-моделі, принципи та можливості електронного бізнесу	2
4		2
5	Планування електронного бізнесу	2
6		2
7	Цифрові платформи та омніканальна торгівля	2
8	Інтернет-маркетинг, цифрові комунікації та клієнтський досвід	2
9	Електронні платежі, цифрові фінансові послуги та fulfillment	2
10	Управління бізнес-процесами, віртуальними підприємствами та ефективністю	2
11	Кібербезпека та правове регулювання	2
	Усього за 7 семестр	22
8 семестр		
1	Дані, цифрова аналітика та управління рішеннями	2
2		2
3	Штучний інтелект та інтелектуальна автоматизація	2
4		2
5	Цифрова трансформація підприємства та управління змінами	2
6	Міжнародний електронний бізнес та транскордонна електронна комерція	2
7	Економіка та стратегічне управління електронним бізнесом	2
8	Перспективи та інноваційні напрями розвитку електронного бізнесу	2
	Усього за 8 семестр	16
	Разом	38

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи (7 – 8 семестр)	Кількість годин
1	Теоретичні засади та еволюція електронного бізнесу - Скласти коротку хронологію основних етапів розвитку електронного бізнесу. - Навести 3 приклади впливу цифрових технологій на сучасний бізнес. - Порівняти традиційний та електронний бізнес за основними ознаками.	12
2	Бізнес-моделі, принципи та можливості електронного бізнесу - Навести приклади бізнес-моделей B2B, B2C, C2C та D2C. - Проаналізувати бізнес-модель одного відомого цифрового підприємства. - Визначити основні переваги та ризики електронного бізнесу для підприємства.	12
3	Планування електронного бізнесу - Розробити коротку концепцію електронного бізнесу для обраного підприємства.	12

	- Визначити цільову аудиторію та основну ціннісну пропозицію. - Скласти перелік основних ресурсів, необхідних для запуску електронного бізнесу.	
4	Цифрові платформи та омніканальна торгівля - Порівняти marketplace та власний інтернет-магазин. - Навести приклад omnichannel commerce та описати шлях клієнта. - Запропонувати способи інтеграції вебсайту, мобільного застосунку, соціальних мереж і фізичного магазину.	12
5	Інтернет-маркетинг, цифрові комунікації та клієнтський досвід - Розробити короткий план інтернет-маркетингу для обраного підприємства. - Підібрати 5 цифрових інструментів для залучення та утримання клієнтів. - Описати Customer Journey для одного типового клієнта.	12
6	Електронні платежі, цифрові фінансові послуги та fulfillment - Порівняти основні способи електронних платежів за зручністю та безпекою. - Описати шлях замовлення від моменту оплати до отримання клієнтом. - Визначити основні ризики під час здійснення електронних платежів та доставки.	12
7	Управління бізнес-процесами, віртуальними підприємствами та ефективністю - Визначити основні та допоміжні бізнес-процеси обраного електронного підприємства. - Навести приклади використання CRM, ERP та SCM у бізнесі. - Запропонувати 5 KPI для оцінювання ефективності електронного бізнесу.	12
8	Кібербезпека та правове регулювання - Визначити 5 основних кіберзагроз для електронного бізнесу. - Скласти короткі рекомендації щодо безпечного здійснення електронних платежів. - Навести приклади використання електронного підпису та електронних договорів у бізнесі. - Підготовка до поточної контрольної роботи.	12
	Усього за 7 семестр	96
	Дані, цифрова аналітика та управління рішеннями - Проаналізувати основні цифрові метрики обраного електронного бізнесу. - Визначити джерела даних, які може використовувати підприємство. - Розрахувати Conversion Rate, CAC та Average Order Value на основі запропонованих даних.	20
	Штучний інтелект та інтелектуальна автоматизація - Навести 5 прикладів використання AI в електронному бізнесі. - Запропонувати способи використання Generative AI для обраного підприємства. - Визначити основні переваги та ризики використання AI у бізнесі.	18
	Цифрова трансформація підприємства та управління змінами - Визначити основні напрями цифрової трансформації обраного підприємства. - Оцінити рівень цифрової зрілості умовного підприємства. - Запропонувати 5 цифрових змін для підвищення ефективності підприємства.	18
	Міжнародний електронний бізнес та транскордонна електронна комерція	18

	- Навести приклади українських компаній, які працюють на міжнародних цифрових ринках. - Визначити основні труднощі виходу підприємства на міжнародний ринок. - Скласти короткий план виходу українського підприємства на іноземний цифровий ринок.	
	Економіка та стратегічне управління електронним бізнесом - Проаналізувати основні джерела доходів і витрат цифрового підприємства. - Визначити модель монетизації для обраного цифрового бізнесу. - Порівняти Subscription, Freemium та Commission models.	18
	Перспективи та інноваційні напрями розвитку електронного бізнесу - Визначити 5 перспективних технологій розвитку електронного бізнесу. - Проаналізувати можливості використання AI, IoT, Blockchain або AR/VR у бізнесі. - Запропонувати інноваційну ідею для розвитку електронного бізнесу в Україні. - Підготовка до поточної контрольної роботи	18
	Усього за 8 семестром	110
	Разом	206

6. Індивідуальні завдання

Планом не передбачено

7. Методи навчання

Відповідність методів навчання та форм оцінювання визначеним результатам навчання за ОПП віддзеркалює табл. 7.1

Таблиця 7.1.

Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньою компонентною «Електронний бізнес»

Шифр ПРН (відповідно до ОНП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики / форми оцінювання
РН 02	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами, усно і письмово, фахово використовувати термінологію електронного бізнесу та цифрової економіки.	Лекція, практичні заняття, робота з професійними текстами, обговорення, презентація результатів виконання завдань, надання зворотного зв'язку.	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях; тестових завдань; презентацій; виконання індивідуальних завдань; залікова/екзаменаційна робота.
РН 03	Використовувати сучасні	Лекція,	Оцінювання практичних

	інформаційні та комунікаційні технології, цифрові платформи, програмні засоби та онлайн-сервіси для організації та здійснення електронного бізнесу.	практичні заняття, робота з цифровими платформами та онлайн-сервісами, виконання практичних завдань, вирішення кейсів, надання зворотного зв'язку.	завдань; тестових завдань; виконання кейсів; презентацій; індивідуальних завдань; залікова/екзаменаційна робота.
РН 07	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері електронного бізнесу та змістовно інтерпретувати отримані результати.	Лекція, практичні заняття, вирішення ситуаційних задач і кейсів, аналіз практичних ситуацій, групова робота, надання зворотного зв'язку.	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях; тестових завдань; розв'язування ситуаційних задач; виконання практичних та індивідуальних завдань; залікова/екзаменаційна робота.
РН 11	Обґрунтовувати власну думку щодо вибору та застосування моделей, цифрових технологій, платформ і стратегій розвитку електронного бізнесу на національному та міжнародному рівнях.	Лекція, дискусія, аналіз кейсів, групова робота, проблемно-орієнтоване навчання, презентація результатів, надання зворотного зв'язку.	Оцінювання усних відповідей; участі в дискусіях; виконання кейсів; презентацій; індивідуальних завдань; тестових завдань; залікова/екзаменаційна робота.
РН 24	Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, цифрові метрики, показники ефективності та сучасні методи аналізу даних для оцінювання результативності електронного бізнесу та прийняття управлінських рішень.	Лекція, практичні заняття, аналіз бізнес-даних, розв'язування розрахункових і ситуаційних задач, робота з цифровими метриками та KPI, вирішення	Оцінювання розрахункових та практичних завдань; тестових завдань; розв'язування ситуаційних задач; аналізу кейсів; індивідуальних завдань; залікова/екзаменаційна робота.

		кейсів, надання зворотного зв'язку.	
--	--	--	--

8. Методи контролю

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних та практичних занять (групова дискусія);
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проєктних завдань в ході самостійної роботи студентів;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування);
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати розрахункові, ситуаційні та інші задачі;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних та хмарних технологій;
- контроль та оцінювання вмінь та навичок вирішувати кейсові проблемні завдання із розподілом ролей в командах.
- Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку в 7 семестрі та екзамену у 8 семестрі. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових/екзаменаційних завдань – 40.

Структура залікової роботи – білет містить 40 тестових завдань, студент одержує 1 бал за кожну вірну відповідь:

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на заліку/екзамену студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії обставин непоборної сили здобувачам вищої освіти надається можливість скласти залікову/екзаменаційну роботу в тестовій формі (білет містить 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Електронний бізнес» <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=19090>.

9. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Приклад для заліку (7 семестр)

Поточний контроль та самостійна робота									Сума		
									Разом	Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	ПКР			
5	5	5	5	5	5	5	5	20	60	40	100

Приклад для екзамену (8 семестр)

Поточний контроль та самостійна робота							Сума			
							Разом	Екзамен	Сума	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	ПКР				
5	5	5	5	5	5	30	60	40	100	

T1, T2 ... T8 – теми розділів. ПКР- контрольна робота

Вивчення курсу – 60 балів (з них: активна робота на семінарських заняттях – максимально 40 балів ; поточний тестовий контроль – максимально 20 балів).

Підсумковий контроль – 40 балів (40 тестових завдань, студент одержує 1 бал за кожну вірну відповідь).

Студент допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо за результатами поточного контролю він набрав не менше 20 балів

Критерії поточного оцінювання знань студентів

Усний виступ та виконання письмового завдання, тестування	Критерії оцінювання
5	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
4	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
3	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
1	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

Доповнення виступу:

1 бал – отримують студенти, які глибоко володіють матеріалом, чітко визначили його зміст;

зробили глибокий системний аналіз змісту виступу, виявили нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст доповіді, надали власні аргументи щодо основних положень даної теми.

0,5 бала отримують студенти, які виклали матеріал з обговорюваної теми, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми та висловили власну думку.

Суттєві запитання до доповідачів:

1 бал отримують студенти, які своїм запитанням до виступаючого суттєво і конструктивно можуть доповнити хід обговорення теми.

0,5 бала отримують студенти, які у своєму запитанні до виступаючого вимагають додаткової інформації з ключових проблем теми, що розглядається.

Зарахування неформальної освіти та додаткових активностей

1. Зарахування сертифікованих курсів

- Здобувачі вищої освіти можуть отримати додаткові бали за успішне проходження дистанційних курсів або тренінгів на провідних освітніх платформах (Coursera, Prometheus тощо), які тематично пов'язані зі змістом дисципліни.
- Умови зарахування:
- Студент має надати викладачеві офіційний документ (сертифікат або свідоцтво), що підтверджує успішне завершення курсу.
- Курс має бути погоджений з викладачем. Рекомендується обговорити вибір курсу заздалегідь.
- За успішне проходження одного курсу може бути зараховано до 5 балів додаткової поточної успішності.

2. Зарахування активної участі в наукових заходах

- Додаткові бали можуть бути нараховані за активну участь у наукових конференціях, семінарах, публікацію тез досліджень.
- Умови зарахування:
- Студент має надати офіційне звернення до викладача.
- До звернення необхідно додати підтверджуючі документи (сертифікати учасника конференції, копії наукових публікацій, витяги з протоколів тощо).

Кількість балів:

- Участь з доповіддю на науково-практичній конференції: до 5 балів.
- Публікація тез конференції: до 5 балів.

Кожне звернення розглядається індивідуально. Рішення про зарахування додаткових балів приймається згідно з нормативно-правовими документами, що діють у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна.

Незалежно від кількості додаткових активностей, максимальна кількість балів поточної успішності не може перевищувати 60 балів.

У кінці семестру сумуються всі отримані студентом бали. Вказані вище види і форми засвоєння навчального курсу дають можливість набрати 60 балів та 40 балів за залікову роботу. Отже, максимальна кількість балів – 100.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ІІІ:

1. Модель «ІІІ заборонено».

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, модульних контрольних робіт, екзамену (заліку), якщо інше не визначено викладачем, інших видів оцінювання, для яких викладачем встановлено обмеження щодо використання ІІІ.

2. Модель «ІІІ як асистент».

Під час підготовки до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, рефератів, аналітичних оглядів та інших письмових робіт дозволяється використання ІІІ для пошуку та систематизації інформації, добору та первинного аналізу наукових джерел,

пояснення складних понять, удосконалення структури тексту, перевірки граматики, стилю та оформлення, генерації ідей, плану роботи або прикладів.

Фінальний текст роботи, висновки, аналіз, інтерпретація результатів та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

3. Модель «ШІ як інструмент».

Для окремих лабораторних, практичних, проєктних або дослідницьких робіт використання технологій штучного інтелекту може бути обов'язковою складовою виконання завдання. У таких випадках здобувачі освіти можуть використовувати генеративні моделі ШІ для: аналізу та підготовки даних, генерації, аналізу й оптимізації програмного коду, порівняння результатів роботи різних моделей ШІ, створення візуалізацій, схем або зображень, аналізу великих масивів даних. проведення експериментів із застосуванням сучасних інструментів штучного інтелекту.

Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ.

Недеклароване використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Шкала оцінювання (7 семестр)

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90–100	зараховано
70–89	
50–69	
0–49	не зараховано

Шкала оцінювання (8 семестр)

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	Для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
0-49	незадовільно

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII. Верховна Рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
2. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 № 851-IV. Верховна Рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>
3. Про внесення змін до Цивільного кодексу України щодо розширення кола об'єктів цивільних прав : Закон України від 10.08.2023 № 3320-IX. Верховна Рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3320-20#n12>
4. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. Верховна Рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
5. Про платіжні послуги : Закон України від 30.06.2021 № 1591-IX. Верховна Рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>
6. Про цифровий контент та цифрові послуги : Закон України від 10.08.2023 № 3321-IX. Верховна Рада України : офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3321-20#Text>
7. Cielen D., Meysman A., Ali M. Introducing Data Science: Big Data, Machine Learning, and More, Using Python Tools. Manning, 2016. 320 p.
8. Fedirko O., Zatonatska T., Wolowiec T., Skowron S. Data Science and marketing in e-commerce amid COVID-19 pandemic. European Research Studies Journal. 2021. Vol. 24, Special Issue 2. P. 3–16. DOI: <https://doi.org/10.35808/ersj/2187>
9. Grus J. Data Science from Scratch: First Principles with Python. 2nd ed. Sebastopol, USA : O'Reilly Media, 2019. 403 p. URL: <https://www.oreilly.com/library/view/data-science-from/9781492041122/>
10. Mykhalchuk T., Zatonatska T., Dluhopolskyi O., Zhukovska A., Dluhopolska T., Liakhovych L. Development of recommendation system in e-commerce using emotional analysis and machine learning methods. The 11th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS). Cracow, Poland, September 22–25, 2021. Cracow, Poland, 2021. Vol. 1. P. 527–535.
11. Witten I. H., Frank E., Hall M. A. Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques. 3rd ed. Burlington : Morgan Kaufmann, 2011. 629 p. DOI: <https://doi.org/10.1016/C2009-0-19715-5>
12. Zatonatska T., Artiushenko O., Liashenko O., Syzov A., Dyachenko S., Horiacheva K. Leveraging artificial intelligence in public procurement of dual-use goods. 15th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT). Sibenik, Croatia, September 2025. Sibenik, Croatia, 2025. P. 407–412. DOI: <https://doi.org/10.1109/ACIT65614.2025.11185737>
13. Zatonatska T., Kharlamova G., Pakholchuk V., Syzov A. Natural language processing methods application in defense budget analysis. Studies in Business and Economics. 2024. Vol. 19, No. 2. P. 290–307. URL: <https://ideas.repec.org/a/blg/journal/v19y2024i2p290-307.html>
14. Zatonatska T., Liashenko O., Pakholchuk V., Zatonatskiy D. The impact of investments in digital development on employment in the information and communications technology (ICT) sector. 13th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT). Wrocław, Poland, 2023. P. 347–351. DOI: <https://doi.org/10.1109/ACIT58437.2023.10275644>

15. Zatonatska T., Wołowiec T., Dluhopolskyi O., Podskrebko O., Maksymchuk O. Using Data Science tools in e-commerce: client's advertising campaigns vs. sales of enterprise products. In: Faure E., Danchenko O., Bondarenko M., Tryus Y., Bazilo C., Zaspá G. (eds). Information Technology for Education, Science, and Technics. ITEST 2022. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. Cham : Springer, 2022. Vol. 178. P. 346–359. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-35467-0_22
16. Zatonatska T., Zatonatskiy D. Drivers of the digital development of the national economy for the transition to the Economy 5.0. In: Development of World Economy, Marketing and Management in Modern Conditions : collective monograph. Boston : Primedia eLaunch, 2023. P. 47–58. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2023.MONO.ECON.4>

Допоміжна література

1. Baker S. R., Bloom N., Davis S. J., Terry S. J. Covid-induced economic uncertainty. National Bureau of Economic Research. 2020. Working Paper 26983. DOI: <https://doi.org/10.3386/w26983>
2. E-commerce in the times of COVID-19. OECD. 2020. 10 p. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2020/10/e-commerce-in-the-time-of-covid-19_bb699f3a/3a2b78e8-en.pdf
3. Farenjuk Y., Zatonatska T., Dluhopolskyi O., Kovalenko O. Customer Churn Prediction Model: A Case of the Telecommunication Market. Economics. 2022. Vol. 10, No. 2. P. 109–130. DOI: <https://doi.org/10.2478/eoik-2022-0021>
4. Fernandes N. Economic effect of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. SSRN Journal. 2020. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3557504>
5. Gregory G. D., Ngo L. V., Karavdic M. Developing e-commerce marketing capabilities and efficiencies for enhanced performance in business-to-business export ventures. Industrial Marketing Management. 2019. Vol. 78. P. 146–157. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.03.002>
6. Hurtado P. A., Dorneles C., Frazzon E. Big Data application for E-commerce's Logistics: A research assessment and conceptual model. IFAC-PapersOnLine. 2019. Vol. 52, No. 13. P. 838–843. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2019.11.234>
7. Khan S. A. E-marketing, e-commerce, e-business, and internet of things: an overview of terms in the context of small and medium enterprises (SMEs). Global Applications of the Internet of Things in Digital Marketing. 2023. P. 332–348. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8166-0.ch017>
8. Mandlik D., Rautrao R. R., Nille N. Adaptability as a key competency for success in e-business. In: Chaudhary S., Suri P. K., Kapoor K. (eds). Flexibility and Emerging Perspectives in Digital Supply Chain Management. Singapore : Springer Nature Singapore, 2025. P. 223–239. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-96-3556-6_12
9. Moorthi K., Dhiman G., Arulprakash P., Suresh C., Srihari K. A survey on impact of data analytics techniques in E-commerce. Materials Today: Proceedings. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.10.867>
10. Naaman D. W., Ahmed B. T., Zeebaree S. R. E-business and digital marketing strategies: Innovations, challenges, and emerging trends. Asian Journal of Research in Computer Science. 2025. Vol. 18, Iss. 4. P. 136–153. DOI: <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2025/v18i4612>
11. Taherdoost H. E-business Essentials: Building a Successful Online Enterprise. Cham : Springer, 2023. 445 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-39626-7>
12. Tariq M. U. Leading smart technologies and innovations for e-business 5.0: Applications and management frameworks. In: Smart Technologies and Innovations in E-Business. 2024. P. 25–46. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7840-0.ch002>
13. Van Gelder K. E-commerce worldwide – statistics & facts. Statista. 2025. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>

14. Witt J., Schoop M. Blockchain technology in e-business value chains. Electronic Markets. 2023. Vol. 33. Article 15. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00636-5>
15. Zatonatska T., Dluhopolskyi O. Modelling the efficiency of the cloud computing implementation at enterprises. Marketing and Management of Innovations. 2019. No. 3. P. 45–59.

ПОСИЛАННЯ НА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ, ВІДЕОЛЕКЦІЇ, ІНШЕ МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Загальний регламент про захист даних (GDPR). GDPR Українською. URL: <https://www.gdpr.org.ua/>
2. Зелена книга. Ринок електронної комерції. Офіс ефективного регулювання. 2018. URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/ss-234034477/234034477>
3. Machine Learning for Everyone. BigML. URL: <https://bigml.com/pricing>
4. Personalized Search. Nosto. URL: <https://searchnode.com>
5. Statistics and Market Data about E-commerce. Statista. URL: <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>
6. The Digital Europe Programme. European Commission. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/digital-programme>
7. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Eurostat: Official Website of the European Union. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>
9. World Bank Open Data: Free and Open Access to Global Development Data. World Bank Group. URL: <https://data.worldbank.org>

12. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ

В умовах дії обставин непоборної сили освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/розпоряджень ректора/проректора або за змішаною формою навчання, або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборобою відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Електронний бізнес» <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=19090>