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
БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

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: Гапоненко Ганна Ігорівна, 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

_____ Наталя ДАНЬКО
(підпис) (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

_____ Світлана СТРАПЧУК
(підпис) (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»

_____ Ганна ПАНАСЕНКО
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Бізнес-планування в міжнародній електронній комерції» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки «Міжнародна електронна комерція» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни «Бізнес-планування в міжнародній електронній комерції» є формування у студентів системного розуміння процесів розробки, оцінювання та реалізації бізнес-планів у сфері міжнародної електронної комерції, а також набуття практичних навичок створення конкурентоспроможних бізнес-моделей із використанням сучасних цифрових технологій та інструментів глобального ринку

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни «Бізнес-планування в міжнародній електронній комерції» є:

- Ознайомлення студентів із теоретико-методологічними основами бізнес-планування та його специфікою в умовах міжнародної електронної комерції.
- Формування знань щодо структури та змісту бізнес-плану, включаючи маркетинговий, організаційний, фінансовий та інноваційно-технологічний розділи.
- Розвиток умінь проводити аналіз ринкових можливостей, конкурентного середовища та споживчих тенденцій у глобальному цифровому просторі.
- Опанування методів оцінювання фінансової ефективності бізнес-проєктів та ризиків, пов’язаних із веденням діяльності в міжнародному електронному бізнесі.
- Засвоєння практичних навичок розробки бізнес-моделей із використанням Canvas, Lean Startup та інших сучасних інструментів стратегічного планування.
- Вивчення особливостей залучення інвестицій та фінансування електронних комерційних проєктів у глобальному середовищі.
- Формування компетентностей у використанні цифрових платформ, аналітичних сервісів та інноваційних технологій для підготовки бізнес-планів.
- озвиток навичок командної роботи, презентації бізнес-ідей і захисту бізнес-планів у форматі міжнародного професійного середовища

1.3. Кількість кредитів 4

1.4. Загальна кількість годин 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов’язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	-й
Семестр	
8-й	-й
Лекції	
24 год.	год.
Практичні заняття	
24 год.	год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
72 год.	год.
у тому числі індивідуальні завдання	
20 год.	

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

Відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародна електронна комерція»:

- формування наступних загальних компетентностей

ЗК 02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 04. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК 07. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

ЗК 12. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

- формування наступних фахових компетентностей:

СК 12. Здатність використовувати нормативно-розпорядчі документи та довідкові матеріали при здійсненні професійної діяльності у сфері міжнародних економічних відносин.

СК 16. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.

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.

СК 18. Здатність аналізувати функціонування суб’єктів господарювання, здійснювати оцінку їх конкурентоспроможності, вивчати потреби і поведінку споживачів та обирати цільові сегменти з допомогою інформаційних цифрових технологій

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

В результаті вивчення дисципліни у студента повинні формуватися наступні програмні результати навчання (ПРН):

Освітньо-професійної програми «Міжнародна електронна комерція»

РН 01 Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.

РН 02 Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію.

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

РН 19 Розуміти та застосовувати чинне законодавство, міжнародні нормативні документи і угоди, довідкові матеріали, чинні стандарти і технічні умови тощо у сфері міжнародних економічних відносин.

РН 23. Знати основи бізнес-планування, принципи побудови бізнес-моделей оцінювати кон'юнктуру ринків та результати діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур в цифровому просторі, в тому числі на засадах сталого розвитку

РН 25 Презентувати результати дослідження на базі яких, розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.

1.8. Пререквізити: «Сталі бізнес-моделі», «Міжнародні економічні відносини», «Економіка підприємства для МЕК», «Менеджмент і лідерство»

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та значення бізнес-планування в міжнародній електронній комерції

- Роль бізнес-планування в цифровій економіці.
- Особливості бізнес-моделювання в умовах глобалізації.
- Відмінності традиційного та електронного бізнесу

Тема 2. Аналіз ринкового середовища та визначення ціннісної пропозиції

- Дослідження світового ринку електронної комерції.
- Оцінка конкурентного середовища (SWOT, PEST, Porter's Five Forces).
- Визначення ціннісної пропозиції для цільових сегментів споживачів

Тема 3. Бізнес-моделі в електронній комерції та сучасні інструменти їх розробки

- Canvas-модель, Lean Canvas, Value Proposition Canvas.
- Типи бізнес-моделей: B2B, B2C, C2C, D2C.
- Приклади успішних бізнес-моделей глобальних платформ

Тема 4. Маркетинговий план у структурі бізнес-плану

- Цифрові маркетингові стратегії (SEO, SMM, контент-маркетинг, e-mail маркетинг).
- Персоналізація та омніканальність у міжнародній електронній комерції.
- Використання Big Data та аналітики у плануванні маркетингу.

Тема 5. Організаційний план і правове забезпечення бізнесу в електронній комерції

- Організаційні структури управління цифровим бізнесом.
- Особливості регулювання міжнародної електронної комерції.
- Етичні та правові аспекти (GDPR, захист персональних даних, кібербезпека).

Тема 6. Фінансове планування та оцінка ефективності бізнес-проєкту

- Джерела фінансування стартапів у міжнародному середовищі.
- Складання фінансових прогнозів і бюджетів.
- Методи оцінки ефективності: ROI, NPV, IRR, Payback Period

Тема 7. Ризики та виклики бізнес-планування в електронній комерції

- Ідентифікація та класифікація ризиків.
- Методи управління ризиками (фінансові, технологічні, правові).
- Адаптація бізнес-плану до глобальних викликів (COVID-19, війни, економічні кризи)

Тема 8. Презентація бізнес-плану для міжнародних інвесторів

- Структура інвестиційного пітчингу.
- Вимоги венчурних фондів і міжнародних партнерів.
- Підготовка та проведення презентації бізнес-плану

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Сутність та значення бізнес-планування в міжнародній електронній комерції	13	3	3			7						
Тема 2. Аналіз ринкового середовища та визначення ціннісної пропозиції	13	3	3			7						
Тема 3. Бізнес-моделі в електронній комерції та сучасні інструменти їх розробки	13	3	3			7						
Тема 4. Маркетинговий план у структурі бізнес-плану	12	3	3			6						
Тема 5. Організаційний план і правове забезпечення бізнесу в електронній комерції	12	3	3			6						
Тема 6. Фінансове планування таоцінка ефективності бізнес-проєкту	12	3	3			6						
Тема 7. Ризики та виклики бізнес-планування в електронній комерції	13	3	3			7						
Тема 8. Презентація бізнес-плану для міжнародних інвесторів	12	3	3			6						
Контрольна робота	20				20							
Усього годин	120	24	24		20	52						

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Заняття 1. Тема 1. Сутність та значення бізнес-планування в міжнародній електронній комерції	2
2	Заняття 2. Тема 1. Сутність та значення бізнес-планування в міжнародній електронній комерції та Тема 2. Аналіз ринкового середовища та визначення ціннісної пропозиції	2
3	Заняття 3. Тема 2. Аналіз ринкового середовища та визначення ціннісної пропозиції	2
4	Заняття 4. Тема 3. Бізнес-моделі в електронній комерції та сучасні інструменти їх розробки	2
5	Заняття 5. Тема 3. Бізнес-моделі в електронній комерції та сучасні інструменти їх розробки та Тема 4. Маркетинговий план у структурі бізнес-плану	2
6	Заняття 6. Тема 4. Маркетинговий план у структурі бізнес-плану	2
7	Заняття 7. Тема 5. Організаційний план і правове забезпечення бізнесу в електронній комерції	2
8	Заняття 8. Тема 5. Організаційний план і правове забезпечення бізнесу в електронній комерції та Тема 6. Фінансове планування та оцінка ефективності бізнес-проєкту	2
9	Заняття 9. Тема 6. Фінансове планування та оцінка ефективності бізнес-проєкту	2
10	Заняття 10. Тема 7. Ризики та виклики бізнес-планування в електронній комерції	2
11	Заняття 11. Тема 7. Ризики та виклики бізнес-планування в електронній комерції та Тема 8. Презентація бізнес-плану для міжнародних інвесторів	2
12	Заняття 12. Тема 8. Презентація бізнес-плану для міжнародних інвесторів	2
	Разом	24

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Підготуйте есе (2–3 сторінки) на тему «Чому бізнес-план є ключовим інструментом успіху в міжнародній електронній комерції?» з прикладами з практики глобальних компаній (Amazon, Alibaba, Shopify).	7
2	Проведіть SWOT-аналіз обраного e-commerce бізнесу (українського або міжнародного). Складіть матрицю SWOT та на її основі сформулюйте потенційну ціннісну пропозицію для цільового сегмента споживачів.	7
3	Розробіть Canvas-модель для стартапу в електронній комерції (наприклад, онлайн-магазин, маркетплейс чи сервіс бронювання). Представте її у вигляді заповненої таблиці з дев’яти блоків.	7
4	Створіть маркетингову стратегію для e-commerce бізнесу з використанням 3–4 цифрових каналів (SEO, SMM, e-mail маркетинг, контент-маркетинг). Розпишіть цільову аудиторію, ключові повідомлення та очікувані результати.	6

5	Розробіть організаційну структуру для інтернет-магазину, що працює на міжнародному ринку. Опишіть функції відділів (маркетинг, IT, логістика, фінанси, підтримка клієнтів). Додатково визначте основні правові вимоги (ліцензії, сертифікація, GDPR).	6
6	Складіть фінансовий план для e-commerce бізнесу на 1 рік (витрати, доходи, прибуток). Використовуючи задані цифри, розрахуйте показники ROI та термін окупності інвестицій.	6
7	Складіть таблицю ризиків для стартапу в електронній комерції (мінімум 5 ризиків). Для кожного ризику визначте: ймовірність, вплив, наслідки та стратегію мінімізації.	7
8	Підготуйте презентацію (10–12 слайдів) бізнес-плану стартапу у сфері електронної комерції. Структура має включати: ідею, ціннісну пропозицію, аналіз ринку, бізнес-модель, маркетинг, фінанси та прогноз прибутковості. Представте свій проєкт у форматі «інвестиційного пітчингу».	6
9	Контрольна робота	20
	Разом	72

6. Індивідуальні завдання

Студент має розробити бізнес-план міжнародного e-commerce стартапу, обравши один із напрямів:

- онлайн-магазин (B2C, B2B);
- міжнародний маркетплейс;
- сервіс онлайн-послуг (бронювання, доставка, EdTech тощо);
- інноваційна платформа (fintech, e-tourism, e-health тощо).

Бізнес-план повинен бути спрямований на вихід на міжнародний ринок і включати усі ключові елементи.

Структура роботи

1. Титульна сторінка (назва роботи, автор, група, викладач).
2. Вступ (актуальність бізнес-ідеї, мета і завдання проєкту).
3. Опис бізнес-ідеї та ціннісної пропозиції.
4. Аналіз ринкового середовища (SWOT, конкуренти, цільова аудиторія).
5. Бізнес-модель (Canvas або Lean Canvas).
6. Маркетинговий план (цифрові канали просування, стратегія комунікацій).
7. Організаційний план і правові аспекти (структура управління, регуляції, GDPR).
8. Фінансовий план (прогноз витрат і доходів, ROI, термін окупності).
9. Ризики та шляхи їх мінімізації.
10. Висновки (очікувані результати та перспективи розвитку).
11. Список використаних джерел (мінімум 10, у т.ч. іноземні та інтернет-ресурси).

Вимоги до виконання

- Обсяг: 15–20 сторінок друкованого тексту (шрифт Times New Roman, 14 кегль, інтервал 1,5).
- Використання аналітичних інструментів: SWOT, PEST, Canvas, фінансові показники.
- Обов’язкова наявність таблиць, діаграм або схем.
- Приклади міжнародних практик (мінімум 2).
- Посилання на джерела — за стандартом APA або ДСТУ 8302:2015.

Робота має містити елементи творчості: власні ідеї, нестандартні рішення, креативну презентацію бізнес-моделі.

7. Методи навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти програмних результатів навчання за допомогою різноманітних методів навчання та відповідних засобів діагностики/ форм оцінювання відповідно до ОПП

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 «Бізнес-планування в міжнародній електронній комерції»

Шифр ПРН (відповідно до ОПП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики/ форми оцінювання
РН 01	Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.	Лекція; критичний аналіз інформації, підготовка презентацій за результатами виконання індивідуальних / проєктних завдань, застосування ресурсів неформальної освіти	Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях, виконання творчих завдань, залікова робота
РН 02	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію.	Лекція, виконання в командах проблемно-орієнтованого завдання, презентація результатів	Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях, виконання творчих завдань
РН 07	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати	Лекція, вирішення кейсів, виконання в командах проблемно-орієнтованого завдання, презентація результатів	Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях, виконання творчих завдань, залікова робота
РН 19	Розуміти та застосовувати чинне законодавство, міжнародні нормативні документи і угоди, довідкові матеріали, чинні стандарти і технічні умови тощо у сфері міжнародних економічних відносин.	Лекція, вирішення кейсів, виконання в командах проблемно-орієнтованого завдання, презентація результатів	Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях, виконання творчих завдань, залікова робота

РН23	Знати основи бізнес-планування, принципи побудови бізнес-моделей оцінювати кон'юнктуру ринків та результати діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур в цифровому просторі, в тому числі на засадах сталого розвитку	Лекція, вирішення кейсів, виконання в командах проблемно-орієнтованого завдання, презентація результатів	Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях, виконання творчих завдань, залікова робота
РН 25	Презентувати результати дослідження на базі яких, розробляються рекомендації та заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.	Лекція, вирішення кейсів, виконання в командах проблемно-орієнтованого завдання, презентація результатів	Оцінювання усних відповідей на семінарських заняттях, виконання творчих завдань

8. Методи контролю

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах:

- оцінювання роботи студентів під час практичних занять;
- оцінювання контрольної роботи;
- проведення підсумкового контролю.

Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку. До заліку допускаються студенти, які мають достатню кількість балів з поточного контролю. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань становить 40.

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

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти **залік в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Бізнес-планування в міжнародній електронній комерції»

- Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів підсумкового семестрового контролю складає 100.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання									Разом	Залікова робота	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	60	40	100
6	6	6	6	6	6	6	6				

Т1, Т2 ... – теми розділів.

Для допуску до складання підсумкового контролю (заліку) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 20 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю, самостійної роботи, індивідуального завдання.

Структура та складові підсумкової оцінки з дисципліни

Поточний контроль протягом семестру – 60 балів.

З них:

– активна робота на семінарських заняттях – 60 балів (5 балів кожне семінарське);

– виконання контрольної роботи – 20 балів.

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Критерії оцінювання знань студентів на семінарських заняттях

Оцінка (бали)	Критерії оцінювання
5	Студент демонструє глибокі знання теми, відповіді повні, логічні та обґрунтовані, активно бере участь у дискусії, пропонує власні аналітичні висновки.
4,0-4,5	Студент добре володіє матеріалом, відповіді переважно повні, участь у дискусії активна, наводить приклади, демонструє аналітичне мислення.
3,0-3,5	Студент має достатні знання теми, відповіді переважно правильні, участь у дискусії обмежена, приклади наведено частково, аналітичні висновки обмежені.
2,0-2,5	Студент демонструє базові знання, відповіді частково правильні, участь у дискусії мінімальна, приклади обмежені, аналіз поверхневий.
1,0-1,5	Студент має фрагментарні знання, відповіді неповні або частково неправильні, участь у дискусії низька, приклади відсутні, аналіз відсутній.
0	Студент не продемонстрував знань з теми, не виконав завдання, участь у семінарі відсутня.

Доповнення виступу:

2 бали – 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.

1 бал 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:
2 бали отримують студенти, які своїм запитанням до виступаючого суттєво і конструктивно можуть доповнити хід обговорення теми.
1 бал отримують студенти, які у своєму запитанні до виступаючого вимагають додаткової інформації з ключових проблем теми, що розглядається.
Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:
- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);
- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем використання сучасних освітніх технологій (з підготовкою есе, пресрелізу, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);
- участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем використання сучасних освітніх технологій (в розробці анкетних форм, проведенні опитувань, підготовці та проведенні фокус-груп, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

Умови допуску студента до підсумкового семестрового контролю (заліку): виконання контрольної роботи, написання поточного контролю та робота на семінарських заняттях за результатами яких він набрав не менше 20 балів.

Критерії оцінювання контрольної роботи

Критерій	Зміст	Бали
1. Актуальність та новизна ідеї	Наскільки бізнес-ідея відповідає сучасним тенденціям міжнародної електронної комерції, її оригінальність	0–3
2. Аналітична частина	Якість ринкового аналізу, використання SWOT/PEST, визначення цільової аудиторії та конкурентів	0–4
3. Бізнес-модель і фінансовий план	Повнота Canvas/Lean Canvas, логічність структури, реалістичність фінансових розрахунків	0–5
4. Маркетинговий план та ризики	Вибір цифрових каналів просування, креативність маркетингових рішень, аналіз ризиків та стратегій їх мінімізації	0–4
5. Оформлення та презентація роботи	Стиль, грамотність, наявність візуалізацій (таблиці, схеми, діаграми), відповідність вимогам	0–4
Всього		max 20

Підсумковий семестровий контроль

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі заліку. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу.
Структура заліку:

- тести – 20 балів (20 тестових завдань х 1,0 балу);
- 2 відкриті питання творчого характеру – 20 балів (по 10 балів кожне).

Критерії оцінювання тестових завдань під час складання заліку

Бали	Критерії оцінювання
20–18	Відповіді повні, без помилок; демонструється глибоке розуміння матеріалу та вміння застосовувати знання на практиці.
17–15	Відповіді в основному правильні, незначні неточності; знання достатні для розв’язання завдань, але бракує деталізації чи прикладів.
14–11	Є помилки у відповідях; продемонстроване лише часткове розуміння матеріалу; приклади або аргументація подані неповністю.
10–6	Відповіді поверхові, багато неточностей; знання фрагментарні, застосування на практиці утруднене.
5–1	Дуже низький рівень знань; більшість відповідей неправильні або відсутні; відсутнє логічне обґрунтування.
0	Завдання не виконано або всі відповіді неправильні.

Критерії оцінювання відкритих питань творчого характеру під час складання заліку

Бали	**Критерії оцінювання**
10	Відповідь повна, аргументована, логічна; присутні оригінальні ідеї, творчий підхід та приклади; відсутні помилки.
9–8	Відповідь змістовна та правильна, проте менш глибока або з незначними неточностями; творчий підхід частково реалізований.
7–6	Відповідь в основному правильна, але неповна; відчувається обмежений творчий підхід, приклади подані частково.
5–4	Відповідь поверхова, з помилками; слабкий рівень аргументації; творчий компонент відсутній або мінімальний.
3–1	Дуже низький рівень виконання; відсутня логіка та аргументація; відповідь майже не розкриває питання.
0	Відповідь відсутня або повністю неправильна.

Шкала оцінювання

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

10. Рекомендована література

Основна література

1. Бутенко Н.В., Мазаракі А.А. Бізнес-планування в умовах цифрової економіки: монографія. Київ: КНТЕУ, 2022. 278 с.
2. Дергачова В.В., Тєлєтов О.С. Бізнес-планування: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2022.320с.
3. Дубина М.В. Інноваційні підходи до бізнес-планування в інтернет-комерції. Економічний часопис. 2024. № 1. С. 89–96.
4. Кравчук І.С., Швець Г.М. Бізнес-моделі в міжнародній електронній комерції. Економіка і суспільство. 2023. № 54. С. 45–56. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-6.
5. Кузьмін О.Є., Князєв С.І. Цифрові інструменти бізнес-планування у сфері міжнародної електронної комерції. Вісник Львівської політехніки. Серія «Економіка». 2024. Т. 8. № 2. С. 33–41.
6. Петренко Л.О. Електронна комерція та цифрове підприємництво: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 412 с.
7. Сідоренко В.І. Бізнес-план у стартап-проєктах міжнародної електронної торгівлі. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 21. С. 12–18. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.21.12.
8. Харченко Т.М. Бізнес-планування в електронній торгівлі: виклики глобалізації. Економіка та управління підприємствами. 2023. № 2 (44). С. 101–109. DOI: 10.32843/infrastruct53-23.

Допоміжна література

1. Digital Economy Report 2023. New York: United Nations, 2023. 180 p.
2. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management. 8th ed. Harlow: Pearson Education, 2022. 576 p.
3. Laudon K.C., Traver C. G. E-commerce: Business, Technology, Society. 17th ed. Harlow: Pearson, 2023. 912 p.
4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken: Wiley, 2023. 256 p.
5. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken: John Wiley & Sons, 2022. 288 p.
6. Scarborough N.M. Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 10th ed. Harlow: Pearson, 2023. 864 p.
7. Timmers P. Business Models for Electronic Markets. Electronic Markets. 2022. Vol. 32. No. 2. P. 243–258. DOI: 10.1007/s12525-022-00465-y.
8. OECD Digital Economy Outlook 2023. Paris: OECD Publishing, 2023. 320 p. DOI: 10.1787/20716826.
9. World Bank. E-Commerce Development Report 2024. Washington: World Bank, 2024. 210 p.
10. UNCTAD. Global E-Commerce Outlook 2023. Geneva: United Nations, 2023. 156 p.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. Datareportal. (2025). Digital 2025: Global Overview Report. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report
2. We Are Social. (2025). Digital 2025: The Essential Guide to the Global State of Digital. URL: https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/
3. Digital Marketing Institute. (2025). Digital Marketing E-Books. URL: https://digitalmarketinginstitute.com/resources/ebooks
4. World Bank. (2025). Digital Transformation Overview. URL: https://www.worldbank.org/en/topic/digital/overview
5. Digital Marketing Institute. (2025). Digital Marketing Certification Online. URL: https://digitalmarketinginstitute.com/
6. Emeritus. (2025). Digital Marketing Online Courses. URL: https://emeritus.org/programs/online-digital-marketing-courses/
7. Coursera. (2025). Best Digital Marketing Courses & Certificates Online. URL: https://www.coursera.org/courses?query=digital+marketing
8. Udemy. (2025). Top Digital Marketing Courses Online. URL: https://www.udemy.com/topic/digital-marketing/
9. CareerFoundry. (2024). The 10 Best Online Digital Marketing Courses in 2025. URL: https://careerfoundry.com/en/blog/digital-marketing/online-digital-marketing-courses/
10. MyGreatLearning. (2025). Top Online Digital Marketing Courses with Certificates. URL: https://www.mygreatlearning.com/digital-marketing/courses

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 забороною відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі.

Додаток 1

Додаток до робочої програми навчальної дисципліни_____
(назва дисципліни)

Дію робочої програми продовжено: на 20_____/20_____н. р.

Заступник декана _____факультету з навчальної роботи

_____ _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

«____» _____20____р.

Голова науково-методичної комісії _____факультету

_____ _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

«____» _____20____р.