

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародних економічних відносин та логістики

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

В.о. директора

Навчально-наукового інституту

«Каразінський інститут

міжнародних відносин та

туристичного бізнесу»

Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ



2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

рівень вищої освіти: **другий (магістерський)**

галузь знань: **29 – Міжнародні відносини**

спеціальність: **292 – Міжнародні економічні відносини**

освітня програма: **Міжнародні економічні відносини**

вид дисципліни: **за вибором**

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

2024/2025 навчальний рік

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

«17» вересня 2024 року, протокол № 2

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Ханова Олена В'ячеславівна,
к.геогр.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та
логістики

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних економічних та
логістики

Протокол № 2 від 09.09.2024 року

В.о. завідувача кафедри міжнародних економічних відносин та логістики


_____ Анна ЗАЙЦЕВА

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
«Міжнародні економічні відносини» за спеціальністю 292 Міжнародні
економічні відносини другого (магістерського) рівня вищої освіти

Гарант освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»
за другим (магістерським) рівнем вищої освіти


_____ Владислав ГОНЧАРЕНКО

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

Протокол № 1 від «17» вересня 2024 року

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


_____ Ганна ПАНАСЕНКО

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана факультету
міжнародних економічних
відносин
та туристичного бізнесу
Тетяна МІРОШНИЧЕНКО



«30» серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
**ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В МІЖНАРОДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ**

рівень вищої освіти: другий (магістерський)

галузь знань: 29 – Міжнародні відносини

спеціальність: 292 – Міжнародні економічні відносини

освітня програма: Міжнародні економічні відносини

вид дисципліни: за вибором

факультет: міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2024/2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
«28» серпня 2024 року, протокол № 19

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Ханова Олена В'ячеславівна,
к.геогр.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних економічних імені Артура Голікова


Протокол № 19 від «26» серпня 2024 року

В.о. завідувача кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова


_____ Анна ЗАЙЦЕВА

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини» за спеціальністю 292 Міжнародні економічні відносини другого (магістерського) рівня вищої освіти


Гарант освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти


_____ Владислав ГОНЧАРЕНКО

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу,

Протокол № 16 від «28» серпня 2024 року

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу


_____ Олена МИКОЛЕНКО

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Електронна комерція в міжнародних економічних відносинах» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини» підготовки магістра за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини».

1. 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Електронна комерція в міжнародних економічних відносинах» є надання студентам глибоких теоретичних знань і практичних навичок щодо використання інструментів та технологій електронної комерції в умовах глобальної економіки. Дисципліна спрямована на формування розуміння ключових процесів та механізмів електронної комерції, її ролі у сучасній міжнародній торгівлі та впливу на глобальні ринки. Студенти ознайомляться із сучасними бізнес-моделями електронної комерції, цифровими платіжними системами, правовими аспектами та питаннями кібербезпеки, а також маркетинговими стратегіями для міжнародних ринків.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- формування теоретичних знань про концепції, моделі та механізми електронної комерції, її еволюцію та сучасні тенденції на глобальному ринку.
- оволодіння практичними навичками щодо впровадження та використання електронних бізнес-моделей у міжнародній торгівлі та бізнесі, з урахуванням специфіки різних ринків.
- дослідження та аналіз сучасних цифрових платіжних систем та блокчейн-технологій, їх використання у міжнародній електронній комерції та вплив на ефективність і безпеку транзакцій.
- вивчення правових аспектів електронної комерції, особливостей регулювання та забезпечення кібербезпеки в різних країнах, що є важливим для міжнародної діяльності компаній.
- розвиток навичок маркетингу у сфері електронної комерції з акцентом на міжнародні ринки, використання цифрових інструментів для залучення та утримання клієнтів.
- аналіз екологічних та етичних викликів електронної комерції, дослідження шляхів інтеграції принципів сталого розвитку в діяльність компаній, що працюють у глобальному просторі.
- застосування сучасних інформаційних технологій для вирішення завдань електронної комерції, зокрема у сфері захисту даних, оптимізації бізнес-процесів та автоматизації продажів.

1.3. Кількість кредитів – 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни для підготовки

За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
-	1-й
Семестр	
-	2-й
Лекції	
-	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
-	0 год.
Лабораторні заняття	
-	0 год.
Самостійна робота	
-	112 год.
Індивідуальні завдання	
0 годин	

1.6. Заплановані результати навчання

Знати:

2. Основні поняття, моделі та принципи електронної комерції, її еволюцію та сучасні тенденції розвитку на глобальному ринку.
3. Сучасні цифрові платіжні системи, зокрема криптовалюти, та їх роль у міжнародній електронній комерції.
4. Правові аспекти регулювання електронної комерції та кібербезпеки в різних країнах.
5. Стратегії маркетингу та просування товарів у мережі Інтернет для міжнародних ринків.
6. Екологічні та етичні виклики електронної комерції, а також принципи сталого розвитку у цьому контексті.

Вміти:

1. Аналізувати розвиток електронної комерції та оцінювати її вплив на міжнародні економічні відносини.
2. Розробляти бізнес-моделі для виходу на міжнародні ринки з урахуванням специфіки різних країн.
3. Використовувати цифрові платіжні системи та технології блокчейн для здійснення безпечних міжнародних транзакцій.
4. Створювати стратегії кібербезпеки для захисту даних у сфері електронної комерції.
5. Розробляти комплексні маркетингові стратегії для міжнародних ринків, використовуючи цифрові інструменти.
6. Оцінювати екологічні та етичні аспекти діяльності компаній в електронній комерції та впроваджувати принципи сталого розвитку.

1. 2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Еволюція та тенденції розвитку електронної комерції в міжнародній торгівлі

Поява та розвиток основних бізнес-моделей електронної комерції (B2B, B2C, C2C). Вплив нових технологій (блокчейн, великі дані, штучний інтелект) на оптимізацію процесів у глобальній торгівлі. Майбутні тенденції – автоматизація процесів, використання доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) у покупках, роль IoT у логістичних ланцюгах електронної комерції.

Тема 2. Бізнес-моделі електронної комерції та стратегії виходу на глобальні ринки

Види бізнес-моделей електронної комерції: B2B, B2C, C2C, B2G. Стратегії виходу на нові ринки та локалізація бізнесу – особливості адаптації сайтів, способів оплати, та логістики для різних регіонів. Особливості глобальної конкуренції в електронній комерції та розробка стратегії для міжнародної експансії. Порівняння успішних кейсів (Amazon, Alibaba, Shopify) та їхні стратегії завоювання міжнародних ринків.

Тема 3. Цифрові платіжні системи та блокчейн у електронній комерції

Огляд сучасних цифрових платіжних систем (PayPal, Stripe, Apple Pay) та їх функціонування у міжнародній електронній комерції. Блокчейн як інструмент забезпечення безпеки та прозорості фінансових транзакцій: концепція смарт-контрактів і децентралізація даних. Використання криптовалют для міжнародних платежів: можливості та виклики. Забезпечення кібербезпеки у платіжних системах і методи захисту від шахрайства в Інтернеті.

Тема 4. Глобальне регулювання та кібербезпека в електронній комерції

Основні міжнародні правові документи, що регулюють електронну комерцію: GDPR (ЄС), CCPA (США), та інші акти. Виклики, пов'язані з правовим забезпеченням електронної комерції: захист прав споживачів, конфіденційність даних, транскордонні спори. Кіберзагрози в електронній комерції: методи захисту даних користувачів і бізнесу від кібер-атак. Огляд основних систем кібербезпеки та механізмів захисту персональних даних.

Тема 5. Маркетинг у електронній комерції, глобальні підходи до залучення споживачів

Особливості використання SEO та контекстної реклами для глобальної аудиторії. Соціальні медіа як інструмент залучення клієнтів: порівняння підходів Facebook, Instagram, TikTok, та інших платформ для різних регіонів.

Аналіз персоналізованого маркетингу, сегментації аудиторії та використання великих даних для розробки індивідуальних пропозицій. Застосування контент-маркетингу для залучення та утримання клієнтів у різних регіонах світу.

Тема 6. Сталий розвиток та етичні виклики в глобальній електронній комерції

Вплив електронної комерції на довкілля – аналіз вуглецевого сліду та заходи щодо зменшення екологічного впливу. Прозорість і етика в ланцюгах постачання – контроль за виробничими умовами та справедливою торгівлею. Етичні виклики для компаній – питання конфіденційності даних, прозорості рекламних практик і захисту прав споживачів. Соціальна відповідальність електронних гігантів та їхні ініціативи з покращення умов праці та сталого розвитку.

2. 3. Структура навчальної дисципліни для підготовки

Назви розділів і тем	Кількість годин												
	усього	денна форма					усього	заочна форма					
		у тому числі						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. Еволюція та тенденції розвитку електронної комерції в міжнародній торгівлі							18	1					17
Тема 2. Бізнес-моделі електронної комерції та стратегії виходу на глобальні ринки							20	1					19
Тема 3. Цифрові платіжні системи та блокчейн у електронній комерції							20	1					19
Тема 4. Глобальне регулювання та кібербезпека в електронній комерції							21	2					19
Тема 5. Маркетинг у електронній комерції, глобальні підходи до залучення споживачів							21	2					19
Тема 6. Сталий розвиток та етичні виклики в глобальній електронній комерції							20	1					19
Усього годин	-	-	-	-	-	-	120	8					112

3. 4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
3		
4		
5		
6		
	Разом	

4. 5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
			заочна
1	Тема 1. Аналіз еволюції та перспектив електронної комерції Дослідити розвиток електронної комерції на прикладі відомої компанії (Amazon, Alibaba, Shopify тощо), відстежуючи ключові етапи її зростання.		17
2	Тема 2. Розробка бізнес-моделі для виходу на міжнародний ринок Провести порівняльний аналіз двох міжнародних ринків для інтернет-магазинів, розглядаючи логістику, платіжні системи та правові вимоги кожної країни. Розробити стратегію підвищення ефективності виходу обраної компанії на міжнародний ринок		19
3	Тема 3. Створення та аналіз цифрових платіжних систем Розробити короткий звіт про використання криптовалют у міжнародній електронній комерції, провести аналіз функціонування різних цифрових платіжних систем		19
4	Тема 4. Розробка політики кібербезпеки для міжнародної електронної комерції Оцінити правові норми, що регулюють кібербезпеку в різних країнах, і порівняти їхній вплив на електронну комерцію. Створити план захисту даних споживачів та розробити рекомендації для підвищення рівня кібербезпеки в міжнародній електронній комерції.		19
5	Тема 5. Розробка маркетингової стратегії для міжнародного електронного бізнесу Створити комплексну маркетингову стратегію для компанії, яка планує розширюватися на міжнародні ринки, включаючи цифрові інструменти.		19
6	Тема 6. Оцінка впливу електронної комерції на сталий розвиток Проаналізувати екологічні та етичні аспекти електронної комерції, досліджуючи конкретні компанії, що впроваджують принципи сталого розвитку у вигляді есе		19
	Разом		112

5. 6. Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом, але завдання для самостійної роботи персоналізовані

6. 7. Методи навчання

Методи навчання – це взаємодія між викладачем і студентом, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійна та індивідуальна робота студента. Під час проведення занять, запланованих у програмі, використовуються такі методи:

1. Під час викладення навчального матеріалу:
 - словесні: бесіда, пояснення, розповідь, інструктаж.
 - наочні: ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження.
 - практичні: вправи, практичні роботи, дослідницькі роботи.
2. За організаційним характером навчання:
 - методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: забезпечують послідовну і логічну передачу знань та формування навичок.
 - методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: спрямовані на активізацію пізнавальної діяльності студентів.
 - методи контролю та самоконтролю у навчанні: включають поточний і підсумковий контроль знань, а також самостійне оцінювання студентами свого рівня засвоєння матеріалу.
 - бінарні методи навчання: поєднання теоретичних, наочних та практичних аспектів під час проведення занять.
3. За логікою сприймання та засвоєння навчального матеріалу:
 - індуктивно-дедукційні: від конкретного до загального і навпаки.
 - репродуктивні: відтворення знань та їх практичне застосування.
 - прагматичні: орієнтовані на вирішення реальних завдань.
 - дослідницькі: самостійний пошук вирішення проблем.
 - проблемні: постановка проблемних завдань та пошук шляхів їх вирішення.

7. 8. Методи контролю

Оцінка відповідей на практичних заняттях за темами курсу та змісту презентацій, поточний контроль, екзамен.

Контрольні заходи проводяться з метою оцінки рівня підготовки студентів з дисципліни на різних етапах її вивчення і здійснюються у вигляді поточного та підсумкового семестрового контролю (заліку). Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять у формі усного опитування, виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях; виконання практичних робіт; самостійної роботи студентів тощо. Загальна кількість балів поточного контролю за успішне виконання завдань становить 60. За несвоєчасне виконання практичних робіт в установлений термін кількість балів зменшується. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення підсумкової оцінки, при

проведенні заліку. Мінімальна кількість балів, які повинен набрати студент для зарахування поточного контролю, становить 25 балів. Підсумковий семестровий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – 80 хвилин. У разі використання заборонених джерел студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

8. 9. Схема нарахування балів

Поточний контроль						Разом	Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	60	40	100
10	10	10	10	10	10			

T1, T2 ... – теми розділів.

Поточний контроль – **60 балів**, з них:

- практичне завдання №1 – 10 балів;
- практичне завдання №2 – 10 балів;
- практичне завдання №3 – 10 балів;
- практичне завдання №4 – 10 балів;
- практичне завдання №5 – 10 балів.
- практичне завдання №6 – 10 балів.

Підсумковий контроль – **40 балів**, з них:

- 20 балів (отримання Цифрограму 2.0).

Тест на отримання «Цифрограму 2.0» дозволяє оцінити реальні цифрові компетенції. Тестування проходить на українському е-сервісі державних послуг, розроблених Міністерством цифрової трансформації України «Дія. Цифрова освіта» <https://osvita.diia.gov.ua>. Оцінка за отримання Цифрограму є відносною. Студент, який отримав найкращий в групі результат, отримує 20 балів. Всі інші бали виставляються відповідно до найкращого результату.

- 20 балів (20 тестів x 1 бал).

Прості закриті питання щодо теоретичних основ розвитку електронної комерції (на основі лекційного матеріалу), 3-4 варіанти відповіді, одна вірна відповідь. Тестування в дистанційній формі – режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=408>

За підсумками поточного і підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Мінімальна кількість балів, які повинен набрати студент для одержання екзамену, становить 50 балів.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

В дистанційному курсі надано критерії оцінювання для кожної практичної роботи <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=408>

В робочій програмі наведено загальні критерії набору 10 балів по кожній з практичних робіт

1. Повнота виконання завдання (3 бали)

3 бали. Завдання виконано повністю, усі його аспекти розглянуті, включено всі необхідні елементи (аналіз, висновки, рекомендації тощо).

2 бали. Завдання виконано здебільшого, але є незначні пропуски або поверхневий розгляд окремих аспектів.

1 бал. Завдання виконано частково, відсутні важливі елементи.

0 балів. Завдання не виконано.

2. Аналіз та критичне мислення (3 бали)

3 бали. Виконано глибокий та обґрунтований аналіз, використані надійні джерела, представлені аргументовані висновки.

2 бали. Аналіз присутній, але містить поверхневі або не до кінця обґрунтовані висновки, використані обмежені джерела.

1 бал. Аналіз є, але він поверхневий, без глибокого осмислення теми.

0 балів. Відсутність аналізу.

3. Творчий підхід та оригінальність (2 бали)

2 бали. Завдання вирішене оригінальним способом, запропоновані нестандартні рішення або цікаві ідеї.

1 бал. Завдання виконано стандартно, без особливого творчого підходу або інновацій.

0 балів. Відсутність творчого підходу, завдання копіює базові ідеї без власного внеску.

4. Якість оформлення та подання матеріалу (1 бал)

1 бал. Завдання оформлене відповідно до вимог, логічно структуроване, з належним використанням джерел та правильним цитуванням.

0 балів. Завдання не відповідає вимогам щодо оформлення, присутні помилки у структурі або цитуванні.

5. Дотримання термінів подачі (1 бал)

1 бал. Завдання подане вчасно.

0 балів. Завдання подане із запізненням.

Додатково. Всі практичні роботи здаються на перевірку з електронним підписом автора (через портал Дія або Банк ID). Виконана, але не підписана таким чином робота отримає оцінку меншу на 3 бали від максимальної.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	задовільно
70 – 89	
50 – 69	
1 – 49	незадовільно

10. Рекомендована література

Конспект лекцій, комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни, нормативні документи, презентаційні матеріали, дистанційний курс – режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=408>

Тема 1. Еволюція та тенденції розвитку електронної комерції

Основна література:

1. Береза А.М., Козак І.А., Левченко Ф.А. Електронна комерція: навч. посібник. К.: КНЕУ. 2012. 326 с.
2. Меджибовська Н.С. Електронна комерція: навч. посібник. К.: Центр навч. л-ри. 2014. 384 с.
3. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник. К.: Кондор. 2008. 302 с. **Допоміжна література:**
4. Симоненко К. Топ-20 факторів, які будуть впливати на онлайн-торгівлю в 2020 році. RAU. URL: <https://rau.ua/ecommerceuk/top-20-faktoriv-onlajn-torgivlyu>
5. Доповідь про світовий розвиток. URL: <http://www.unctad.org/en/pub/ps1wir00.en.htm>

Тема 2. Бізнес-моделі електронної комерції та стратегії виходу на міжнародні ринки

Основна література:

1. Плєскач В. Л. Електронна комерція: підручник. Київ: Знання. 2007. 535 с.
2. Дращиця С.А. Електронна комерція: навч. посібник. Львів: Новий світ-2000. 2013. 184 с. **Допоміжна література:**
3. Макарова М. В. Електронна комерція. К.: Вид. центр «Академія». 2002. 272 с.
4. Симоненко К. Топ-20 факторів. URL: <https://rau.ua/ecommerceuk/top-20-faktoriv-onlajn-torgivlyu>

Тема 3. Цифрові платіжні системи та блокчейн у електронній комерції

Основна література:

1. Постанова Національного банку України «Про здійснення операцій використанням електронних платіжних засобів» від 05.11.2014 № 705. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0705500-14>
2. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22.05.2003 р. №852-IV
3. Nakamoto S. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
4. Cryptocurrency Regulations in 2024. URL: <https://www.coindesk.com/learn/regulations>

Тема 4. Глобальне регулювання та кібербезпека в електронній комерції

Основна література:

1. Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII від 3 вересня 2015 року URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
2. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. №851-IV.
3. Cybersecurity in E-commerce 2023 Report. URL: <https://www.csoonline.com/report/cybersecurity-in-ecommerce-2023>
4. GDPR Compliance for E-commerce. URL: <https://gdpr.eu/e-commerce>

Тема 5. Маркетинг у електронній комерції, глобальні підходи до залучення споживачів

Основна література:

1. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: навч. посіб.. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 2011. 244 с.
2. Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури. 2011. 216 с.
3. E-commerce Marketing Trends 2024. URL: <https://www.shopify.com/blog/ecommerce-marketing-trends-2024>
4. How to Optimize SEO for E-commerce. URL: <https://moz.com/learn/seo/ecommerce>

Тема 6. Сталий розвиток та етичні виклики в глобальній електронній комерції

Основна література:

1. Плєскач В. Л. Технології електронного бізнесу: монографія. К.: Київ. нац.торг.-екон. ун-т. 2004. 223 с.

2. Тягунова Н.М., Гудзенко М.Ю. Інтернет-торгівля: сутність та особливості. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 3. 2013. 160–162.

3. Sustainable E-commerce Practices in 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/reports/sustainable-ecommerce>

4. Ethical Challenges in Global E-commerce. URL: <https://www.ethicalconsumer.org/ecommerce-ethics>

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

1. UNCTAD E-commerce Database. URL: <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy/statistics>

2. Statista E-commerce Reports. URL: <https://www.statista.com/statistics/ecommerce>

3. Ханова О.В. Дистанційний курс «Електронна комерція в МEB». <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=408>

10. **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 або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти екзамен дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Електронна комерція в міжнародних економічних відносинах», режим доступу <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=408>