

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

Кафедра міжнародних економічних відносин та логістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор

ННІ «Каразінський інститут

міжнародних відносин

та туристичного бізнесу»

Микола ПІСАРЕВСЬКИЙ



«28» серпня 2025 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»

2025/2026 навчальний рік

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

«28» серпня 2025 року, протокол № 1

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 № 1 від 27.08.2025 року

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та логістики

 Анна ЗАЙЦЕВА

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини» за спеціальністю С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізаціями)», спеціалізацією С1.02 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 «27» серпня 2025 року

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

 Ганна ПАНАСЕНКО

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Електронна комерція в міжнародних економічних відносинах» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки фахівців:
другого (магістерського) рівня
спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Електронна комерція в міжнародних економічних відносинах» є формування у студентів знань і навичок щодо сучасних бізнес-моделей, цифрових платіжних систем, правових та маркетингових аспектів електронної комерції, а також розуміння її ролі у міжнародній торгівлі та впливу на глобальні ринки.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- розуміти еволюцію електронної комерції та основні бізнес-моделі на глобальному рівні й у контексті окремих країн;
- опрацьовувати сучасні цифрові технології та платіжні системи, оцінювати ризики й заходи кібербезпеки;
- розробляти маркетингові стратегії для виходу компаній на міжнародні ринки з урахуванням етичних та правових аспектів;
- аналізувати вплив електронної комерції на глобальні ринки, сталий розвиток і соціальну відповідальність бізнесу.

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	
2-й	1-й
Семестр	
3-й	2-й
Лекції	
11 год.	0 год.
Практичні, семінарські заняття	
22 год.	0 год.
Лабораторні заняття	
-	0 год.
Самостійна робота	
87 год.	0 год.
Індивідуальні завдання	
0 годин	

1.6. Перелік компетентностей, що формує дисципліна

ЗК2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ФК3. Здатність визначати й оцінювати прояви економічного глобалізму, виклики та дисбаланси глобального розвитку та їх вплив на міжнародні економічні відносини.

ФК9. Здатність до самонавчання, підтримки належного рівня знань, готовність до опанування знань нового рівня, підвищення своєї фаховості та рівня кваліфікації.

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дисципліна

ПРН3. Систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв'язання складних задач практичних проблем з урахуванням крос-культурних особливостей суб'єктів міжнародних економічних відносин

ПРН5. Оцінювати ступінь складності завдань при плануванні діяльності та опрацюванні її результатів

ПРН10. Розуміти закономірності та тенденції розвитку світового господарства і феномену нової економіки з урахуванням процесів інтелектуалізації, інформатизації та науково-технологічного обміну

1.8. Пререквізити: вивчення навчальних дисциплін

Актуальні проблеми світового господарства і міжнародних економічних відносин; Кон'юнктура світових ринків

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Глобальні тенденції та бізнес-моделі електронної комерції

Еволюція електронної комерції у міжнародній торгівлі. Основні бізнес-моделі (B2B, B2C, C2C, B2G) та їхні особливості. Стратегії виходу на глобальні ринки та адаптація бізнесу під локальні умови. Конкуренція та приклади успішних кейсів (Amazon, Alibaba, Shopify).

ФК4, ФК8; ПРН3, ПРН9, ПРН13.

Тема 2. Технологічні інновації в електронній комерції

Роль великих даних, штучного інтелекту, Інтернету речей (IoT), AR/VR у глобальній електронній комерції. Оптимізація логістичних та торгових процесів завдяки цифровим інноваціям. Технологічні драйвери нової економіки та їх перспективи.

ФК5, ЗК2; ПРН3, ПРН10.

Тема 3. Цифрові фінанси та кібербезпека у міжнародній електронній комерції

Сучасні платіжні системи (PayPal, Stripe, Apple Pay), криптовалюти та блокчейн у глобальних транзакціях. Смарт-контракти як інструмент прозорості. Виклики кібербезпеки: шахрайство, кібератаки, захист даних користувачів і компаній.

ФК5, ФК8; ПРН4, ПРН13.

Тема 4. Міжнародний маркетинг у сфері електронної комерції

Цифрові інструменти глобального маркетингу: SEO, таргетинг, контент-маркетинг. Соціальні медіа як канали міжнародної комунікації (Facebook, Instagram, TikTok та ін.). Використання великих даних для сегментації аудиторії та персоналізації пропозицій. Особливості глобальної конкуренції у цифровому середовищі.

ФК1, ФК3, ЗК3; ПРН1, ПРН3, ПРН9.

Тема 5. Регулювання, етичні та сталі практики в міжнародній електронній комерції

Міжнародне правове забезпечення електронної комерції (GDPR, CCPA та ін.). Захист прав споживачів і конфіденційність даних. Соціальна відповідальність глобальних корпорацій, етичні стандарти реклами, прозорість ланцюгів постачання. Вплив електронної комерції на довкілля: сталий розвиток і «зелені» ініціативи.

ФК6, ФК8. ПРН10, ПРН11.

3. Структура навчальної дисципліни для підготовки

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. Глобальні тенденції та бізнес-моделі електронної комерції	23	3	4			16						
Тема 2. Технологічні інновації в електронній комерції	22	2	4			16						
Тема 3. Цифрові фінанси та кібербезпека у міжнародній електронній комерції	22	2	4			16						
Тема 4. Міжнародний маркетинг у сфері електронної комерції	32	2	6			24						
Тема 5. Регулювання, етичні та сталі практики в міжнародній електронній комерції	21	2	4			15						
Усього годин	120	11	22			87	–	–	–	–	–	–

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1-2	Практичне заняття 1. Аналіз бізнес-моделей та еволюції електронної комерції	4
3-4	Практичне заняття 2. Технології, цифрові фінанси та кіберзахист у корпораціях e-commerce	4
5-6		4
7-9	Практичне заняття 3. Міжнародний маркетинг та регулятивно-етичні аспекти e-commerce	6
10-11		4
	Разом	22

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	
1	Завдання 1. Еволюція та бізнес-моделі електронної комерції Дослідити розвиток електронної комерції в обраній країні (США, Китай, країни ЄС, Україна тощо). Визначити ключові етапи становлення, бізнес-моделі (B2B, B2C, C2C, B2G), особливості локалізації бізнесу. Проаналізувати державну політику та правові умови. Додати оцінку етичних і сталих практик у сфері електронної комерції цієї країни.	16	
2	Завдання 2. Технології, цифрові фінанси та кіберзахист у e-commerce.	16	
3	Дослідити, як обрана корпорація (Amazon, Alibaba, Shopify, eBay тощо) використовує сучасні технології (AI, Big Data, IoT, AR/VR) для розвитку e-commerce. Оцінити роль цифрових платіжних систем (PayPal, Stripe, Apple Pay, криптовалюти) у її діяльності. Проаналізувати політику компанії щодо кіберзахисту та прозорості фінансових транзакцій, а також її стратегії сталого розвитку й соціальної відповідальності.	16	
4	Завдання 3. Міжнародний маркетинг у сфері електронної комерції.	24	
5	Розробити маркетингову стратегію для виходу обраної компанії чи онлайн-платформи на новий міжнародний ринок. Врахувати інструменти SEO, соціальні медіа (Facebook, Instagram, TikTok тощо), персоналізований маркетинг та контент-маркетинг. Додати аналіз етичних аспектів реклами (прозорість, захист даних споживачів, уникнення маніпуляцій).	15	
	Разом	87	

6. Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом, але завдання для практичних та самостійної роботи персоналізовані.

7. Методи навчання

У процесі викладання дисципліни «Електронна комерція в міжнародних економічних відносинах» поєднуються теоретична підготовка та практична діяльність студентів. Використані методи спрямовані на розвиток аналітичних і дослідницьких навичок, уміння працювати з міжнародними джерелами та застосовувати знання для вирішення реальних завдань.

Під час викладання застосовуються словесні методи (пояснення, бесіда, дискусія), наочні (демонстрування бізнес-моделей, аналіз кейсів міжнародних компаній, візуалізація статистики) та практичні (розробка стратегій, виконання індивідуальних і групових завдань, міні-дослідження у форматі кейсів).

За організаційним характером акцент робиться на роботі з аналітичними звітами міжнародних організацій (UNCTAD, OECD, World Bank), корпоративними річними звітами та базами даних (Statista, DataReportal). Стимулюванню пізнавальної активності сприяє обговорення сучасних трендів (AI, Big Data, blockchain, AR/VR), аналіз новин і кейсів міжнародних корпорацій. Контроль здійснюється через онлайн-тести, аналітичні есе, презентації та взаємооцінювання. Використовується бінарний підхід, що поєднує лекційну частину з практичним аналізом реальних даних.

За логікою засвоєння матеріалу застосовуються індуктивно-дедуктивні, репродуктивні та прагматичні методи, орієнтовані на вирішення прикладних завдань (вихід компанії на ринок, вибір платіжної системи). Використовуються також дослідницькі та проблемні методи, що формують навички самостійного аналізу, обговорення дискусійних питань і пошуку рішень у контексті глобальних викликів електронної комерції.

8. Методи контролю

Під час вивчення дисципліни застосовуються такі методи оцінювання знань:

– поточний контроль здійснюється на практичних заняттях під час усної співбесіди зі здобувачами за результатами виконання практичних завдань, перевірки розв’язання типових задач; перевірки розв’язання нетипових задач на використання знань в практичних ситуаціях;

– підсумковий контроль передбачає проведення заліку з усього курсу.

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 – 30 балів;
- практичне завдання №2 – 15 балів;
- практичне завдання №3 – 15 балів;

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

- 20 балів (отримання Цифрограму 2.0).
- 20 балів (20 тестів x 1 бал).

Здобувач вищої освіти допускається до підсумкового семестрового контролю з навчальної дисципліни, якщо він набрав не менше **25 балів з поточної успішності**.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Критерії оцінювання до всіх видів завдань (поточних, індивідуальних та підсумкового контролю) наведені у відповідних розділах дистанційного курсу з дисципліни: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=408>

Шкала оцінювання

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

10. Рекомендована література

Основна

1. Laudon K. C., Traver C. G. E-commerce 2024: Business, Technology, and Society. Pearson Education, 2024. 864 p.
2. Turban E., Outland J., King D., Lee J. K., Liang T.-P., Turban D. C. Electronic Commerce 2023: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer, 2023. 640 p.
3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. Pearson Education, 2022. 720 p.
4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken: Wiley, 2021. 272 p.
5. Краус М. К. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с. URL:

https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsiiia_2021.pdf?utm_source=chatgpt.com

Допоміжна:

1. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с. URL: https://library.nusta.edu.ua/depository/%D0%9E%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%96%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A2%D0%A0%D0%9E%D0%9D%D0%9D%D0%90%20%D0%9A%D0%9E%D0%9C%D0%95%D0%A0%D0%A6%D0%86%D0%AF.pdf?utm_source=chatgpt.com

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

1. OECD. Consumer Protection and E-commerce: OECD Recommendation. Paris: OECD Publishing, 2021. URL: <https://www.oecd.org/sti/consumer/e-commerce> (дата звернення: 28.08.2025).

2. World Bank. World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery. Washington, DC: World Bank, 2022. URL: <https://www.worldbank.org> (дата звернення: 28.08.2025).

3. OECD. E-commerce in the Times of COVID-19. Paris: OECD Publishing, 2022. URL: https://www.oecd.org/en/publications/e-commerce-in-the-time-of-covid-19_3a2b78e8-en.html.

4. United Nations Conference on Trade and Development. UNCTADstat: міжнародна статистика. URL: <https://unctadstat.unctad.org> (дата звернення: 28.08.2025).

5. OECD. Digital Trade Statistics. URL: <https://www.oecd.org/trade/topics/digital-trade/> (дата звернення: 28.08.2025).

6. World Bank. World Development Indicators. URL: <https://data.worldbank.org> (дата звернення: 28.08.2025).

7. Eurostat. Database. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>

8. European Central Bank. Payments and Markets. URL: <https://www.ecb.europa.eu>

9. International Monetary Fund. IMF Data. URL: <https://www.imf.org/en/Data>

10. DataReportal. Global Digital Reports. URL: <https://datareportal.com/reports>

11. Statista. E-commerce Market Data. URL: <https://www.statista.com>

12. Hootsuite. Digital Marketing Trends. URL: <https://blog.hootsuite.com>

13. HubSpot Research. Marketing and CRM Data. URL: <https://research.hubspot.com>

14. GDPR Info. General Data Protection Regulation. URL: <https://gdpr-info.eu>

15. California Consumer Privacy Act. Official Portal. URL: <https://oag.ca.gov/privacy/ccpa>
16. World Trade Organization. Work Programme on Electronic Commerce. URL: <https://www.wto.org>
17. Global Reporting Initiative. Standards. URL: <https://www.globalreporting.org>
18. CSR Europe. Corporate Social Responsibility Network. URL: <https://www.csreurope.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 або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі.

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