

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
підприємництва і торгівлі
Протокол № 2 від 01.09.2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи


Каріна НЕМАШКАЛО

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

**07 «Управління та адміністрування»
076 «Підприємництво та торгівля»
третій (освітньо-науковий)
Підприємництво та торгівля**

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

**вибіркова
українська**

Розробник:
к.е.н., доцент



Каріна ТИМОШЕНКО

Завідувач кафедри
підприємництва і
торгівлі



Марина САЛУН

Гарант програми



Марина САЛУН

Харків
2023

ВСТУП

Електронна комерція – це сфера, яка стрімко розвивається в сучасному світі та відіграє важливу роль у глобальному економічному ландшафті. З кожним роком все більше компаній переходять до онлайн-торгівлі, використовуючи електронні платформи для реалізації товарів та послуг. Розуміння принципів та інструментів електронної комерції стає надзвичайно важливим для успішної кар'єри в сучасному бізнесі.

Ця робоча програма з навчальної дисципліни "Електронна комерція" призначена для введення здобувачам вищої освіти у світ електронного бізнесу та його ключові аспекти. Вона охоплює теоретичні та практичні аспекти електронної комерції, включаючи концепції, технології, стратегії та інструменти, що допоможуть здобувачам розібратися з основними принципами та вирішити практичні завдання у цій сфері.

Мета навчальної дисципліни – надання здобувачам вищої освіти необхідних знань та навичок для розуміння та використання електронної комерції в сучасному бізнес-середовищі.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- ознайомлення з основними теоретичними концепціями електронної комерції, такими як електронні ринки, онлайн-платежі, електронна реклама та інші;
- дослідження процесу розробки та запуску електронного бізнесу, включаючи створення веб-сайту або мобільного додатка, вибір платіжних систем, рекламні стратегії та інші аспекти;
- виявлення ринкових тенденції та аналіз електронних ринків, включаючи визначення цільової аудиторії, конкурентний аналіз та розробку стратегій продажу.
- дослідження проблеми безпеки в електронній комерції, такі як кіберзлочинність, захист особистих даних та платіжні системи;
- виконання практичних вправа та проектів в реальних сценаріях електронної комерції;
- оцінка успішності електронного бізнесу за допомогою ключових показників продажів, конверсії, клієнтського задоволення та інших метрик.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є цифрові технології та методи, які використовуються для здійснення електронних торговельних операцій, включаючи процеси онлайн-купівлі та продажу товарів та послуг, електронні платежі, маркетинг в інтернеті, безпеку та конфіденційність в електронній торгівлі, а також управління електронним бізнесом.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є електронні торговельні операції та всі аспекти, що пов'язані з їх здійсненням в онлайн-середовищі, такі як електронні майданчики, інтернет-платформи, платіжні системи, маркетингові стратегії, безпека та інші.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН3	ЗК1, СК2, СК5
РН4	СК5, СК6
РН6	ЗК1, ЗК5, СК2
РН9	ЗК1, СК2, СК5, СК6

Примітка.

ЗК 01. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері підприємницької та торговельної діяльності на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.

ЗК 05. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

СК 02. Здатність продукувати, обґрунтовувати нові ідеї, гіпотези і моделі та приймати науково обґрунтовані рішення у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК 05. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасних теорій, методологій, об'єктів досліджень й практик, із застосуванням системного підходу до врахування неекономічних аспектів з різних галузей знань, у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК 06. Здатність застосовувати сучасні інформаційно-комунікативні технології (інформаційні системи, хмарні технології, комунікаційні технології передачі та обміну інформацією), прилади та обладнання (в тому числі комп'ютерна техніка, апаратно-програмне забезпечення), необхідні для виконання інноваційної науково-дослідної, педагогічної, професійної діяльності в підприємницьких та торговельних структурах.

РН03. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема, статистичні, економіко-математичні методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційно-комунікативні технології, прилади та обладнання.

РН04. Розробляти та досліджувати концептуальні, математичні, комп'ютерні моделі процесів і систем, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у сфері підприємництва та торгівлі, а також у дотичних міждисциплінарних напрямках.

РН06. Приймати ефективні, етичні та соціально відповідальні рішення, забезпечувати лідерство, автономність та міжособистісну взаємодію у їх реалізації в професійній діяльності, спрямовані на підтримку розвитку громадянського суспільства, культурного та соціального прогресу, а також

підтримку підприємництва в рамках третьої місії університетів, коли університет стає центром підприємницької активності, відкритим для всіх зацікавлених учасників.

РН09. Планувати і виконувати теоретичні та/або емпіричні дослідження з використанням сучасних методів й інструментів, здійснювати критичний аналіз результатів власних або сторонніх досліджень у контексті усього комплексу сучасних знань щодо проблем у сфері підприємництва та торгівлі та дотичних міждисциплінарних напрямів, з дотриманням норм академічної і професійної етики.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної торгівлі

Тема 1. Основні поняття та принципи електронної комерції

1.1. Визначення електронної комерції

Вивчення основних визначень та концепцій електронної комерції. Розгляд ключових елементів електронної торгівлі та їх значення.

1.2. Основні типи електронної комерції

Аналіз різновидів електронної комерції: B2B, B2C, C2C, та інші. Розбір особливостей кожного типу та їх вплив на бізнес-процеси.

1.3. Переваги та недоліки електронної комерції

Переваги, які пропонує електронна комерція: доступність, глобальне охоплення тощо. Аналіз можливих недоліків та викликів, пов'язаних з електронною комерцією і способи їх подолання.

Тема 2: Технології електронної комерції

2.1 Онлайн-платіжні системи

Розгляд різних типів онлайн-платіжних систем: кредитні картки, електронні гаманці, банківські перекази тощо. Дослідження особливостей кожної системи та її вплив на процеси електронної комерції. Аналіз переваг та недоліків різних методів оплати і їх відповідність вимогам бізнесу.

2.2 Електронна реклама

Огляд основних інструментів та платформ для проведення електронної реклами: соціальні мережі, пошукові системи, банерні мережі тощо.

Вивчення стратегій та методів ефективного рекламного планування та розміщення онлайн-реклами. Аналіз тенденцій розвитку електронної реклами та її вплив на електронну комерцію.

2.3 Веб-аналітика та відстеження конверсії

Розгляд інструментів та підходів для аналізу веб-трафіку та поведінки користувачів на сайті. Дослідження методів вимірювання та відстеження конверсії на електронних платформах. Аналіз ключових показників

ефективності електронної комерції та використання отриманих даних для оптимізації бізнес-процесів.

Тема 3. Віртуальні підприємства: сутність та види

3.1. Віртуальне підприємство: суть та значення в сучасній економіці

Сутність віртуального підприємства. Значення в сучасній економіці. Виклики та переваги. Тенденції майбутнього.

3.2. Особливості створення і функціонування віртуальних підприємств

Пояснення сутності та ключових рис віртуальних підприємств. Особливості створення віртуального підприємства. Аналіз вимог до організаційної структури та керівництва. Виклики та переваги віртуальних підприємств.

3.3. Типи та форми віртуальних підприємств

Основні типи віртуальних підприємств. Аналіз специфічних характеристик та особливостей кожного типу. Розгляд різних форм віртуальних підприємств. Взаємозв'язок віртуальних підприємств із сферою інновацій та нововведень.

Тема 4. Електронна торгівля та маркетплейси

4.1. Організація електронної торгівлі

Дослідження процесу організації електронної торгівлі для бізнесу. Розгляд ключових аспектів, таких як вибір товарів, ціноутворення, складання асортименту та інші. Аналіз стратегій просування товарів та послуг в електронному середовищі та їх вплив на успішність електронного бізнесу.

4.2. Робота на маркетплейсах

Огляд основних маркетплейсів та їх особливостей для продавців та покупців.

Дослідження процесу реєстрації та налаштування облікового запису на популярних маркетплейсах. Аналіз стратегій продажу, ціноутворення та лояльності на маркетплейсах для досягнення успіху в електронній торгівлі.

Тема 5. Бізнес-планування в е-комерції

5.1. Сутність та значення бізнес-плану

Визначення бізнес-плану як документа, що описує стратегію, мету, цілі та дії підприємства. Розгляд ролі бізнес-плану в процесі створення нового бізнесу або розвитку існуючого. Огляд основних розділів бізнес-плану

5.2. Етапи бізнес-планування в е-комерції

Опис концепції бізнесу в електронній комерції. Визначення унікальних продуктів або послуг, які пропонується. Розробка варіантів монетизації бізнесу (ціноутворення). Визначення стратегії просування продукту або послуги в інтернеті.

5.3. Структура бізнес-плану комерційного Інтернет-проєкту

Опис продукту або послуги. Аналіз ринку. Маркетингова стратегія. Організація та операції. Фінансовий план. Ризики та управління ризиками. Графік впровадження та розвитку.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти електронної комерції

Тема 6. Аналіз електронних ринків та цільової аудиторії

6.1. Проведення конкурентного аналізу

Вивчення методів збору та аналізу інформації про конкурентів на ринку. Розгляд критеріїв порівняння, таких як асортимент товарів, ціни, якість обслуговування, маркетингові стратегії тощо. Аналіз отриманих даних для визначення конкурентної переваги та розробки стратегії позиціонування на ринку.

6.2. Визначення цільової аудиторії та її потреб

Вивчення методів сегментації ринку та визначення цільової аудиторії. Аналіз демографічних, географічних, психографічних та поведінкових характеристик цільової аудиторії. Встановлення ключових потреб та проблем цільової аудиторії і розробка стратегії маркетингу та продажу, яка відповідає їхнім потребам.

Тема 7. Тактичні прийоми е-комерції

7.1. Стимулювання збуту в е-комерції

Методи інтернет-маркетингу: контент-маркетинг, пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама, соціальні медіа, електронна пошта та інші. Інструменти аналітики для вимірювання ефективності маркетингових та продажних зусиль.

7.2. Напрямки зв'язків з громадськістю в е-комерції

Способи взаємодії електронного бізнесу з громадськістю та споживачами. Стратегія створення цікавого та корисного контенту. Політика відгуків та рейтингів в інтернет-магазині

7.3. Брендинг в е-комерції в Україні та світі

Переваги сильного бренду інтернет-магазину або платформи. Процес створення бренду для е-комерційного проекту. Управління брендом. Приклади успішного брендингу в е-комерції. Особливості брендингу в Україні та світі.

Тема 8. Особливості застосування і типи Інтернет-маркетингу

8.1. Сутність та інструменти Інтернет-маркетингу

Сутність Інтернет-маркетингу. Інструменти Інтернет-маркетингу: веб-сайти, соціальні мережі, електронна пошта, контент-маркетинг, SEO, PPC та інші. Аналіз даних та вимірювання результатів кампаній для оптимізації стратегії.

8.2. Вплив Інтернет-маркетингу на бізнес, його переваги та обмеження

Важливість Інтернет-маркетингу для сучасного бізнесу. Ефективність та точність: можливість налаштувати таргетовану рекламу та аналізувати результати. Обмеження Інтернет-маркетингу.

8.3. Стратегії Інтернет-маркетингу

Аспекти та підходи до планування та впровадження маркетингових стратегій в онлайн-середовищі. Розгляд критеріїв для вибору підходящої стратегії в залежності від бізнес-моделі, цільової аудиторії та інших факторів. Кроки, необхідні для розробки ефективної маркетингової стратегії: аналіз, цілі, завдання, бюджетування, вибір інструментів.

Тема 9. Безпека в електронній комерції

9.1. Захист особистих даних та платіжних інформацій

Розгляд основних принципів захисту особистих даних і платіжної інформації в електронній комерції. Вивчення вимог щодо зберігання, передачі та обробки особистих даних згідно зі сучасним законодавством. Аналіз методів шифрування, аутентифікації та інших заходів безпеки для захисту конфіденційності даних користувачів.

9.2. Протидія кіберзлочинності та шахрайству

Вивчення типових загроз та атак, які можуть виникнути в електронній комерції, таких як фішинг, фармінг, ддос-атаки тощо. Розгляд стратегій та методів виявлення та запобігання кіберзлочинності та шахрайству в електронній комерції. Дослідження ролі кібербезпеки в забезпеченні довіри клієнтів та збереженні репутації бренду.

9.3. Захист від витоку даних та аналіз ризиків

Аналіз методів виявлення та запобігання витоку даних, таких як моніторинг доступу до інформації та встановлення політик обмеження доступу. Визначення потенційних ризиків для безпеки даних у власному електронному бізнесі та розробка плану заходів для їх усунення або мінімізації.

Тема 10. Оцінка та оптимізація ефективності електронного бізнесу

10.1. Вимірювання ключових показників продажу та конверсії

Дослідження основних показників ефективності електронного бізнесу, таких як обсяг продажів, середня чек, конверсія тощо. Огляд методів збору та аналізу даних для вимірювання ключових показників ефективності.

Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на показники продажу та конверсії.

10.2. Використання користувацьких опитувань для вдосконалення веб-сайту

Огляд методів створення та проведення користувацьких опитувань для збору фідбеку щодо веб-сайту. Розгляд процесу аналізу отриманих відгуків та рекомендацій для ідентифікації слабких місць веб-сайту. Практичні приклади використання результатів користувацьких опитувань для удосконалення дизайну, функціональності та користувацького досвіду.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Практичне заняття. Завдання 1.	"Основи та перспективи електронної комерції: від термінів до практики". Обговорення основних принципів електронної комерції, таких як доступність 24/7, глобальний доступ, ефективність операцій тощо. Подання прикладів успішних електронних комерційних платформ та компаній. Перше практичне заняття має надихати та мотивувати вивчати дисципліну.
Тема 2. Практичне заняття. Завдання 2.	Розгляд особливостей та переваг використання різних технологій в електронній комерції. Подання прикладів успішного впровадження технологій електронної комерції у різних галузях бізнесу. Практичні вправи з використання веб-аналітики для вимірювання ефективності рекламних кампаній та веб-сайту.
Тема 3. Практичне заняття. Завдання 3.	"Екскурсія у світ віртуальних підприємств: Вивчення сутності та різновидів". Огляд основних характеристик та відмінностей між віртуальними та традиційними підприємствами. Подання класифікації віртуальних підприємств за їх функціональними характеристиками. Групова робота над аналізом та порівнянням різних видів віртуальних підприємств з визначенням їх переваг та недоліків.
Тема 4. Практичне заняття. Завдання 4.	Огляд основних характеристик маркетплейсів та їх відмінностей від традиційних інтернет-магазинів. Подання прикладів відомих маркетплейсів та їхніх успішних моделей бізнесу. Ділова гра: "Відкриття дверей до світу електронної торгівлі: Аналіз маркетплейсів"
Тема 5. Практичне заняття. Завдання 5.	Огляд основних складових бізнес-плану для електронної комерції, таких як аналіз ринку, стратегія продажів, оперативні плани тощо. Групова робота над розробкою бізнес-плану для вигаданого або реального електронного бізнесу, включаючи аналіз ринку, визначення цільової аудиторії, вибір продуктів чи послуг, стратегії маркетингу та продажів, а також фінансові прогнози. Проведення презентацій розроблених бізнес-планів та обговорення їхніх сильних та слабких сторін.
Тема 6. Практичне заняття. Завдання 6.	Огляд основних методів аналізу електронних ринків, включаючи SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз, аналіз конкурентів тощо. Виконання вправи «Створення профілю цільової аудиторії».
Тема 7. Практичне заняття. Завдання 7.	Розгляд принципів та прикладів ефективного застосування кожного тактичного прийому. Обговорення викликів та можливостей кожної тактики у контексті е-комерції. Групове завдання з розробки стратегії використання тактичних прийомів для конкретного електронного бізнесу. Підготовка повідомлення-презентації на тему: «Майстерність у е-комерції: Тактичні прийоми для успішного бізнесу».
Тема 8. Практичне заняття. Завдання 8.	Аналіз успішних кейсів використання різних типів Інтернет-маркетингу у різних галузях бізнесу. Обговорення стратегій та методів вимірювання ефективності Інтернет-маркетингу. Індивідуальне завдання з розробки

	інтегрованої стратегії Інтернет-маркетингу для конкретного бізнесу або продукту
Тема 9. Практичне заняття. Завдання 9.	Огляд загроз та ризиків, пов'язаних з електронною комерцією, включаючи кіберзлочинність, крадіжку особистих даних та шахрайство. Групове обговорення реальних випадків порушень безпеки в електронній комерції та їхніх наслідків для бізнесу та клієнтів.
Тема 10. Практичне заняття. Завдання 10.	Розгляд методів аналізу даних та їхнього впливу на прийняття управлінських рішень в електронному бізнесі. Групова робота з аналізу показників ефективності конкретного електронного бізнесу за допомогою реальних даних та інструментів аналізу. Презентація та обговорення результатів аналізу та запропонованих стратегій з метою виявлення оптимальних шляхів оптимізації ефективності електронного бізнесу.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1-10	Вивчення лекційного матеріалу
Тема 1-10	Підготовка до практичних занять
Тема 1, 10	Виконання контрольних робіт
Тема 8	Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни «Електронна комерція» для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів, як:

словесні (лекція (Теми 3, 5, 6-10); лекції проблемного характеру (Теми 1, 2, 4);

наочні (демонастрація (Тема 1-10);

практичні (практична робота (Тема 1-10), тренінг (Тема 4), робота в малих групах (Теми 3, 5, 7, 9, 10); презентації (виступи перед аудиторією) (Тема 5, 7, 10), індивідуальне науково-дослідне завдання (Тема 8).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100-бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних і семінарських занять та має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти щодо виконання конкретної роботи й оцінюється сумою набраних балів: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається: сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: практичні завдання за темами 1, 2, 4, 5 (5 балів), дві письмові контрольні роботи (по 10 балів), самостійне індивідуальне навчально-дослідне завдання оцінюється у 20 балів, практикум за темами 6,7, 9, 10 (10 балів).

Семестровий контроль: залік.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Електронна комерція [Текст] : підручник / М. З. Швиденко, О. М. Касаткіна, О. М. Швиденко ; Національний університет біоресурсів і природокористування України. - Перевидання, доповнене і перероблене. - К. : ФОП Ямчинський О.В., 2020. - 478 с.

2. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.

3. Бутенко Д. С. Електронна комерція як запорука розвитку підприємництва в Україні / Д. С. Бутенко // Ефективна економіка. – 2023. – №3.

Додаткова

4. Іванієнко В. В. Розвиток електронного бізнесу у світовому господарстві / В.В. Іванієнко, В.А. Коваленко // Регіональна економіка та управління. - 2020. - №4(30). - С. 45-49.

5. Іпполітова І. Я. Проблеми та перспективи розвитку електронної торгівлі / І. Я. Іпполітова // Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матер. V міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 19-20 трав. 2022 р.: тези допов. – Одеса: Держ. ун-т «Одеська політехніка». – С. 83-85.

6. Козуб В. О. Особливості конкуренції між традиційною та електронною комерцією в умовах цифрової економіки / В. О. Козуб, С. О. Козуб //

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: матер. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 19 лист. 2021 р. : тези допов. – Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. – С. 351-355.

7. Литвиненко А. О. Розвиток торгівлі в Україні: діагностика стану, тенденції та перспективи 2023 року / А. О. Литвиненко, Д. О. Синицька // Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності : матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції, 10-11 травня 2023 р. – Запоріжжя, 2023. - С. 253-255.

8. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55.

9. Шопін А.Ю. Інформаційна безпека як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства / А.Ю. Шопін // Управління розвитком. - 2013. - №17. - С. 155 - 157

Інформаційні ресурси

10. Ecommerce Times <http://www.ecommercetimes.com/>

11. Practical Ecommerce. <https://www.practicalecommerce.com/>

12. Бібліотеки в Україні <http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/res/resour.php>

13. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського.

<http://www.nbuv.gov.ua>.