

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	DP009 Електронна комерція E-Commerce
Рівень фахової передвищої освіти	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	076 Підприємництво та торгівля
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Семестр	5 семестр (9 кл)
Курс	3 (на базі базової середньої освіти)
Анотація курсу	Зростання Інтернету продовжує чинити величезний вплив на бізнес. Компанії та організації всіх типів і розмірів переосмислюють свої стратегії та проведення операційної діяльності. Курс пропонує студентам вивчити реалії та наслідки інтернет-бізнесу та електронної комерції, зокрема. Досліджуються ринки електронної комерції: бізнес-споживач (B2C) і бізнес-бізнес (B2B). Курс знайомить студентів з широким спектром питань електронної комерції як основи для постійного навчання в динамічному середовищі електронної комерції.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=450
Мова викладання	українська
Лектор курсу	викладач Батюк Альона Василівна канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті Ел.пошта: pronenko.alona30@icloud.com Тел. 073-31-719-91
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітньо-професійна програма	http://csbc.edu.ua/documents/otdel/koop2_p.pdf
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 6.Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК 1.Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій та торговельній

	діяльності. СК 2.Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства. СК 3.Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур. СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торгівельній діяльності. СК 6.Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур. СК 8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку. СК 9.Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької та торговельної діяльності. СК 11. Здатність аналізувати стан, тенденції та напрями розвитку ринку товарів та послуг на регіональному та національному рівнях.
Перелік програмних результатів навчання	РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій та торговельній діяльності із професійною метою. РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва та торгівлі діяльності. РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності. РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети. РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій та торговельній діяльності. РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів. РН 11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати їх на практиці. РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур. РН 14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у підприємницькій та торговельній діяльності. РН 15. Застосовувати моделі електронної комерції в діяльності підприємницьких та торговельних структур. РН 17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких та торговельних структур для забезпечення їх ефективності. Програмні результати визначені освітньою програмою

	РН 18. Розробляти і втілювати заходи, спрямовані на забезпечення ефективності технології торговельних процесів.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Кількість лекційних годин – 28 Кількість практичних занять – 28 Кількість годин для самостійної роботи студентів –34 (у тому числі підготовка до іспиту 30 год.) Форма підсумкового контролю – іспит
Методи навчання	Вербальні методи (лекція, пояснення, дискусія, бесіда); наочні методи (презентація, ілюстрація, проведення самостійних спостережень); практичні методи (розв’язування задач, тестів, кейсів тощо); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, підготовка доповіді тощо); методи стимулювання і мотивації навчальної діяльності (формування пізнавальних інтересів студента, навмисна помилка); метод проблемного викладання (монологічного викладу, міркування, діалогічний метод викладу); інтерактивні методи кооперованого та колективно-групового навчання (робота в групах, робота в парах, мозковий штурм); кейс-метод (вирішення ситуацій, проблемних завдань); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп’ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані).
Зміст дисципліни	
Тема 1. Стан та тенденції розвитку електронної комерції в Україні	Поняття електронної комерції. Види електронної комерції. Історія розвитку електронної комерції. Стан електронної комерції в Україні. Проблеми та виклики ринку електронної комерції в Україні. Майбутні тенденції електронної комерції. Практичне завдання 1. Створення онлайн-магазину та заповнення картки товару. Практичне завдання 2. Створення промо-боксу для онлайн-магазину. Створення посилання на соціальні мережі для магазину.
Тема 2. Юніт-економіка в електронній комерції	Юніт-економіка і її головні положення. Завдання та переваги юніт-економіки. Юніт-економіка: приклад впровадження. LTV-клієнта
Тема 3. Воронка продажів	Поняття воронки продажів. Типи воронки продажів. Необхідність дослідження воронки продажів для бізнесу. Приклади воронки. Цикл взаємодії з клієнтом.

	Практичне завдання 3. Прорахунок воронки продажів.
Тема 4. Створення портрету клієнта	Поняття терміну «портрет клієнта» та необхідність використання. Look a like аудиторія. Ключові характеристики. Практичне завдання 4. Створення портрету клієнта для бізнесу.
Тема 5. Лендинг-пейдж як інструмент електронної комерції	Розуміння принципів лендинг-пейдж. Етапи створення лендингу. Функціональні елементи. Принципи дизайну лендингу. Ефективність лендингу. Практичне завдання 5. Аналіз лендинг-пейдж: переваги та недоліки
Тема 6. Соціальні мережі в електронній комерції	Соціальні мережі та їх вплив на зростання продажів онлайн. Головні платформи. Особливості продажу у соціальних мережах. Практичне завдання 6. Створення стратегії розвитку соціальної мережі для бізнесу.
Тема 7. Маркет-плейси	Дослідження основних маркет-плейсів у світі та в Україні.
Тема 8. Створення текстового контенту для продажу товарів онлайн	Практичне завдання 7. Створення текстового контенту
Тема 9. Цифровий маркетинг як важлива складові електронної комерції	Особливості сучасного Internet-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами. Ефективність Інтернет-реклами. Вірусний маркетинг та спам. Практичне завдання 8. Google Ads.
Тема 10. E-mail маркетинг	Сутність Email-маркетингу. Цілі в Email-маркетингу. Типи регулярних розсилок і підходи до їх сегментування. Створення переліку email-розсилки.
Тема 11. Безпека та захист інформації в електронній комерції	Характеристика засобів захисту інформації. Технологія захисту інформації при роботі у мережі. Види загроз безпеки інформаційної системи. Методи захисту. Шифрування та електронно-цифровий підпис.
Тема 12. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції	Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. Правове регулювання електронної комерції в Україні та у світі. Системи електронного документообігу в електронній комерції.
Тема 13. Електронні платіжні системи	Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них. Особливості кредитних Internet-систем. Дебетові Internet-системи та їх специфічні платіжні засоби. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet.
Тема 14. Електронні гроші. Українські та міжнародні електронні гаманці	Поняття «електронні гроші». Національний банк України як регулятор обігу електронних грошей. Розвиток міжнародних та вітчизняних електронних гаманців.
Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин студент може отримати

	індивідуальний графік навчання за погодженням із керівником курсу, завідувачем ЦК та завідувачем відділення.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ІІІ	Використання ІІІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ІІІ в освітньому процесі ЧДБК» Завдання мають маркування регламенту використання ІІІ.
Підсумковий контроль	іспит

Система оцінювання

Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на **поточний контроль** та **семестровий контроль**.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100.

Підсумковий контроль

Відбувається у формі іспиту

Розрахунок підсумкової оцінки

Підсумкова оцінка (О) розраховується як сума балів за роботу в семестрі (S) та балів за іспит (Т), кожен з яких має максимальну вагу 100 балів. Вагові коефіцієнти для обох компонентів однакові та дорівнюють **0,5**.

Формула: $O = (S \times 0.5) + (T \times 0.5)$

Види навчальної роботи	Загальна кількість балів
Усні відповіді за темами 2,7,10,11,12 по 4 бали	20
Практична робота за темами 1,3,4,5,6,8,9 по 5 балів	40
Модульні контрольні (2 к.р. по 10 балів)	20
Індивідуальна самостійна робота (проект)	20
Разом	100
Іспит	100

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної

Критерії оцінювання усних відповідей:

5 б. Відповідь повна, правильна та логічна. Студент демонструє глибоке розуміння матеріалу, використовує професійну термінологію, наводить приклади та може аргументувати власну думку.

4 б. Відповідь переважно правильна й змістовна. Студент розуміє основний матеріал, використовує відповідну термінологію, але допускає незначні неточності або недостатньо аргументує відповідь.

3 б. Відповідь частково правильна. Студент відтворює основні положення теми, але має труднощі з поясненням, аргументацією або наведенням прикладів.

2 б. Відповідь фрагментарна, містить суттєві неточності. Студент демонструє поверхове

розуміння матеріалу та потребує додаткових запитань викладача.

1 б. Студент наводить окремі правильні положення, але не демонструє достатнього розуміння теми.

0 б. Відповідь відсутня або не відповідає змісту питання.

Критерії оцінювання практичних робіт

10 б. Завдання виконано повністю та правильно. Студент демонструє вміння застосовувати теоретичні знання на практиці, самостійно аналізувати інформацію, аргументувати рішення та робити обґрунтовані висновки.

7-9 б. Завдання виконано переважно правильно. Є незначні помилки або недостатня аргументація окремих положень, які не впливають суттєво на результат.

4-6 б. Завдання виконано частково. Є суттєві помилки, недостатньо обґрунтовані рішення або труднощі із застосуванням теоретичних знань.

1-3 б. Виконано лише окремі елементи завдання. Студент потребує значної допомоги викладача.

0 б. Завдання не виконано або результат не відповідає поставленому завданню.

Критерії оцінювання модульних робіт

10 б. Матеріал засвоєно на високому рівні, відповіді правильні, аргументовані, відсутні суттєві помилки.

8-9 б. Демонструється високий рівень засвоєння матеріалу, наявні лише незначні неточності.

5-7 б. Знання переважно достатні, але є помилки у застосуванні матеріалу.

3-4 б. Продемонстровано мінімально достатній рівень засвоєння матеріалу.

1-2 б. Студент демонструє низький рівень засвоєння матеріалу.

0 б. Роботу не виконано або відсутні правильні відповіді.

Критерії оцінювання індивідуальних робіт (проектів)

16-20 б. Проект виконано повністю. Матеріал структурований, використано достовірні джерела, продемонстровано глибоке розуміння теми, якісний аналіз, обґрунтовані рішення та висновки. Результат має практичну цінність.

11-15 б. Проект відповідає вимогам і демонструє достатній рівень знань та практичних навичок, однак аналіз або аргументація окремих положень є недостатньо глибокими.

6-10 б. Основні вимоги виконано, але робота містить помилки, поверховий аналіз або недостатню самостійність.

1-5 б. Виконано окремі елементи проекту, але результат не відповідає більшості встановлених вимог.

0 б. Робота не виконана або не представлена.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бали	Зміст
90-100 відмінно	Бездоганна підготовка в широкому контексті. Здобувач виявляє глибокі, системні знання навчального матеріалу, вільно орієнтується в першоджерелах та додатковій літературі, демонструє творчий підхід, аналітичне мислення та здатність застосовувати набуті компетентності в нестандартних ситуаціях.
80-89 дуже добре	Повні знання, міцні вміння. Здобувач володіє навчальним матеріалом у повному обсязі, впевнено застосовує практичні навички, вільно виконує передбачені програмою завдання, проте припускається несуттєвих неточностей або незначних помилок при викладенні окремих питань
70-79	Хороші знання та вміння. Здобувач грамотно та по суті викладає

добре	матеріал, демонструє достатній рівень засвоєння практичних навичок, але припускається деяких неточностей у формулюваннях або має невеликі труднощі під час самостійного виконання складних завдань.
65-69 задовільно	Задовільні знання, стереотипні вміння. Здобувач знає основний навчальний матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання, вирішує завдання за готовим алгоритмом (шаблоном), проте має прогалини в деталях та припускається помилок при самостійних висновках.
60-64 достатньо	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах. Здобувач демонструє засвоєння лише базового рівня матеріалу, спроможний виконувати лише найпростіші завдання в стандартних (знайомих) умовах під керівництвом викладача.
35-59 незадовільно	Слабкі знання, відсутність вмінь. Здобувач володіє лише фрагментарними знаннями, не здатний системно викласти матеріал чи застосувати вміння на практиці. Потрібне повторне складання (перескладання) для досягнення мінімального рівня.
1-34 незадовільно	Необхідний повторний курс. Здобувач демонструє повну відсутність необхідних знань та вмінь, що унеможлиблює складання заборгованості без повторного вивчення навчальної дисципліни

Список рекомендованих джерел

1. Лисак О. І., Болтянська Л. О., Трачова Д. М. Електронна комерція : навчальний посібник. Запоріжжя : ТДАТУ, 2026. 368 с.
2. Виноградова О. В., Недопако Н. М. Маркетинг у соціальних мережах : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2022. 202 с.
3. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
4. Дарчук В. Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2019. 146 с.
5. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг : навчальний посібник / за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

Додаткова література

6. Старостіна А. О., Кочкіна Н. Ю., Журило В. В. та ін. Маркетинг : термінологічний словник / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2017. 154 с.
7. Храбатин О. І., Яворська Л. В. Маркетинг : навчальний посібник / за наук. ред. О. А. Тимчик. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2014. 284 с.
8. Кармазінова В. Д., Котова М. В. Брендінг в електронній торгівлі. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 34. С. 59–62.
9. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції. Бізнес Інформ. 2020. № 4. С. 295–303. DOI: [10.32983/2222-4459-2020-4-295-303](https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-295-303).
10. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетьяван А. Маркетинг 5.0. Технології для людства / пер. з англ. О. Гладкого. Київ : КМ-БУКС, 2024. 280 с.

Інтернет ресурси

11. Winter D. What Is Ecommerce? Definition, Types & How It Works. Shopify. 2026.
URL: <https://www.shopify.com/blog/what-is-ecommerce> (дата звернення: 02.10.2026).
12. Дія.Бізнес : національний проєкт із розвитку підприємництва та експорту. URL:
<https://business.diaa.gov.ua/> (дата звернення: 02.10.2026).
13. Google Ads : довідковий центр. URL: <https://support.google.com/google-ads/?hl=uk>
(дата звернення: 02.10.2026).