



Силабус курсу Е-бізнес

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань – 29 «Міжнародні відносини»
Спеціальність – 292 «Міжнародні міжнародні відносини»
Освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

Рік навчання: III, Семестр: V
Кількість кредитів: 4 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ППП

Живко Максим Андрійович – к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин

Контактна інформація m.zhyvko@mail.wunu.edu.ua

Опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Е-бізнес» є надання здобувачам комплексного розуміння концепцій, методів і технологій, що лежать в основі створення та управління бізнесом у цифровому середовищі. Ця дисципліна формує необхідні знання та навички для ефективного використання сучасних інформаційних технологій у бізнесі, що дозволяє підвищувати його конкурентоспроможність, оптимізувати бізнес-процеси та створювати нові можливості для розвитку на глобальних ринках.

Вивчення основних концепцій е-бізнесу та його впливу на глобальні ринки. Ознайомлення з різними бізнес-моделями (B2B, B2C, C2C, C2B) та їх застосуванням у міжнародній торгівлі. Вивчення переваг та викликів, пов'язаних з впровадженням е-бізнесу в світову практику. Аналіз перспектив розвитку е-бізнесу та його значення для зовнішньоекономічної діяльності. Ознайомлення з основами регуляції, кібербезпеки та захисту даних у міжнародній торгівлі. Вивчення стратегій просування та продажу товарів і послуг через інтернет.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 4	Тема 1. Цифрова економіка: основи управління е-бізнесом і е-комерцією	Набути практичних навичок застосування основних принципів управління е-бізнесом та е-комерцією в умовах цифрової економіки. Ознайомитися з сучасними інструментами та технологіями, що використовуються для ефективного управління е-бізнесом. Зрозуміти, як цифрові платформи, бізнес-моделі та стратегії впливають на функціонування підприємств в онлайн-середовищі та їхню конкурентоспроможність на глобальних ринках.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
2 / 2	Тема 2. Моделі е-бізнесу	Ознайомити здобувачів з різними моделями е-бізнесу, їх особливостями та прикладами успішної реалізації. Навчити аналізувати переваги й недоліки різних моделей, визначати найбільш відповідні моделі для різних типів бізнесу. Забезпечити практичні навички у виборі та адаптації ефективних моделей е-бізнесу для конкретних бізнес-потреб в умовах цифрової	Тестування, поточне опитування, Case-Study

		економіки.	
2 / 2	Тема 3. Сучасний ринок е-комерції	Ознайомити здобувачів із сучасними тенденціями розвитку ринку е-комерції, його структурою та ключовими гравцями. Вивчити основні чинники, що впливають на динаміку ринку, такі як технологічні інновації, зміни в поведінці споживачів та глобалізація. Набути практичних навичок аналізу ринку е-комерції та оцінки перспектив для бізнесу в умовах швидкого розвитку цифрової економіки.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
4 / 4	Тема 4. Моделі е-комерції	Ознайомити здобувачів із різними моделями е-комерції, їх характеристиками та прикладами використання. Навчити аналізувати ефективність різних моделей для різних типів бізнесу та ринків. Розвинути навички вибору найбільш оптимальної моделі е-комерції залежно від бізнес-цілей, продуктів і споживчої аудиторії. Забезпечити практичний досвід у побудові та адаптації бізнес-моделей е-комерції відповідно до сучасних умов цифрової економіки.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
4 / 4	Тема 5. Особливості управління е-комерцією в різних сферах бізнесу	Вивчити специфіку управління е-комерцією в різних галузях бізнесу, таких як роздрібна торгівля, послуги, B2B-сектор, та інші. Ознайомити здобувачів із особливостями впровадження та адаптації е-комерційних стратегій залежно від галузі, продуктів і споживачів. Набути практичних навичок у виборі відповідних інструментів та методів управління е-комерцією в різних сферах, а також навчитися аналізувати їх ефективність у сучасному цифровому середовищі.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
2 / 2	Тема 6. Е-маркетинг і стратегії просування на глобальному рівні	Ознайомити здобувачів із основними принципами та інструментами е-маркетингу, їх роллю в просуванні продуктів і послуг у цифровому середовищі. Розвинути практичні навички в розробці та реалізації маркетингових кампаній, використовуючи різноманітні онлайн-інструменти, такі як SEO, SMM, контент-маркетинг та email-маркетинг. Набути досвіду аналізу ефективності е-маркетингових стратегій та їх адаптації відповідно до потреб цільової аудиторії.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
4 / 4	Тема 7. Проблеми управління е-бізнесом та е-комерцією	Ознайомити здобувачів із основними проблемами, що виникають в управлінні е-бізнесом і е-комерцією, та методами їх вирішення. Розглянути специфічні виклики, такі як безпека даних, конкуренція на ринку, адаптація до змін у споживчій поведінці та технологічні інновації. Набути практичних навичок у виявленні, аналізі та розробці стратегій для подолання цих проблем, щоб забезпечити ефективне управління проектами е-комерції в умовах швидкого розвитку цифрового середовища.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
4 / 4	Тема 8. Управління якістю е-послуг	Ознайомити здобувачів з основними принципами управління якістю в е-послугах, акцентуючи увагу на методах і інструментах забезпечення високих стандартів обслуговування. Розглянути специфіку вимірювання якості е-послуг, а також фактори, що впливають на споживчий досвід. Набути практичних навичок у розробці стратегій покращення якості е-послуг, а також вивчити способи збору та аналізу відгуків клієнтів для забезпечення безперервного вдосконалення.	Тестування, поточне опитування, Case-Study

2 / 2	Тема 9. Як створити власний е-бізнес?	Ознайомити здобувачів з етапами створення власного е-бізнесу, починаючи від формулювання бізнес-ідеї до реалізації та просування продукту на ринку. Розглянути основні аспекти планування, фінансування, вибору платформи, розробки маркетингової стратегії та управління е-комерцією. Набути практичних навичок у створенні бізнес-плану та оцінці ринкових можливостей, а також вивчити ключові фактори успіху для нових підприємств у цифровій економіці.	Тестування, поточне опитування, Case-Study
2 / 2	Тема 10. Цифрова економіка та Індустрія 4.0: тенденції і перспективи розвитку е-бізнесу та е-комерції	Ознайомити здобувачів із впливом цифрової економіки та концепції Індустрії 4.0 на розвиток е-бізнесу та е-комерції. Розглянути основні тенденції, такі як автоматизація, використання великих даних, штучного інтелекту та IoT, та їхній вплив на бізнес-моделі. Набути практичних навичок у аналізі сучасних трендів та формуванні стратегій для адаптації бізнесу до змін у цифровому середовищі, а також дослідити перспективи розвитку е-бізнесу в умовах швидких технологічних трансформацій.	Тестування, поточне опитування, Case-Study

Літературні джерела

1. ДСТУ ISO 10008:2015. Управління якістю. Задоволеність замовників. Настанови щодо електронних торговельних угод за схемою бізнес-споживач (ISO 10008:2013, IDT).
2. Стандарт ISO 22301. Безперервність бізнесу (BCMS) Інформаційні технології. Методи захисту. Системи управління інформаційною безпекою. Вимоги.
3. Живко М. А. Методичні вказівки до практичних занять з навчальної дисципліни «Е-бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 29 «Міжнародні відносини», спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» та галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 26 с.
4. Живко М. А. Методичні вказівки до проведення тренінгу з навчальної дисципліни «Е-бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 29 «Міжнародні відносини», спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» та галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 22 с.
5. Живко М. А. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи здобувачів з навчальної дисципліни «Е-бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 29 «Міжнародні відносини», спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» та галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Тернопіль: ЗУНУ, 2024. 22 с.
6. Живко М. А., Козій М. Вівчарик Н. Зелена логістика у міжнародному транспорті: роль цифрових технологій та е-бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2025. № 2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-2-10742>
7. Живко М. А., Карась О. С. Вплив платформ електронної комерції на міжнародну торгівлю та споживчий ринок. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2025. № 5. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-5-10961>
8. Живко М. А. Впровадження е-гривні: перспективи застосування в е-бізнесі, е-комерції та боротьби з тіньовою економікою в контексті фрагментації глобальної економіки. Економічний простір. 2025. № 2. С. 97-106. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.202.97-106>
9. Закон України Про електронну комерцію від 03.09.2015 № 675-VIII.
10. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навчально-методичний посібник. 2021. Київ. Аграр Медіа Груп. 454 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsia_2021.pdf

11. Bernd W. Wirtz Digital Business and Electronic Commerce. Springer. 2021. URL: https://www.berndwirtz.com/wp-content/uploads/2021/06/DB_LectureMaterial_2021.pdf
12. European strategic programme (EEC) for research and development in information technologies (ESPRIT). URL: <https://cordis.europa.eu/programme/id/FP2-ESPRIT-2>
13. Shrier D. L., Pentland A. GLOBAL FINTECH. Financial Innovation in the Connected World. 2022. URL: https://direct.mit.edu/books/book-pdf/2240020/book_9780262369534.pdf
14. Shopify For Dummies. Ultimate Guide to Starting a Shopify Business. 2022. John Wiley & Sons Australia, Ltd. URL: https://file.notion.so/f/f/ec209614-3253-4756-99c9-e1c089b265d7/436559b9-e8e8-4c4a-87e7-dd649aab418e/Shopify_For_Dummies.pdf?table=block&id=dfa1155b-cc8c-4136-8752-9736bcae67d6&spaceId=ec209614-3253-4756-99c9-e1c089b265d7&expirationTimestamp=1727208000000&signature=cj0yezMudH19AOqeuPk5DJ20HtgUOqp9MXIstzMfAv8&downloadName=Shopify+For+Dummies.pdf
15. Laudon K. C., Traver C. G. E-commerce 2023–2024 business. technology. society. Eighteenth Edition. 2023. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292449661_A47155427/preview-9781292449661_A47155427.pdf
16. Nguyen, A.D. Digital Transformation-related Business, in Kimura, F. et al (eds.), Viet Nam 2045: Development Issues and Challenges. 2023. Jakarta: ERIA, pp. 315-335.
17. United Nations Commission on International Trade Law. Taxonomy of legal issues related to the digital economy. 2023. URL: <https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/digitaleconomytaxonomy.pdf>
18. EUROPE 2030: A DIGITAL POWERHOUSE. 20 solutions to boost European tech leadership and resilience. 2023. URL: <https://cdn.digitaleurope.org/uploads/2023/11/DIGITALEUROPE-EUROPE-2030-A-DIGITAL-POWERHOUSE.pdf>
19. Nycyk M. Electronic commerce: the global marketplace in action. 2023. URL: https://www.academia.edu/107424332/Electronic_Commerce
20. The Ultimate Beginners Guide to Dropshipping in 2024. 2024. URL: <https://zendrop.com/wp-content/uploads/2024/03/The-Ultimate-Beginners-Guide-to-Dropshipping-in-2024.pdf>
21. THE GROWTH PLAYBOOK. Your 2024 Channel Trend Guide for Digital Marketing Success. 2024. URL: <https://nationalpositions.com/wp-content/uploads/2024/01/The-Marketing-Growth-Playbook-2024.pdf>

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету (інституту).

Оцінювання

В процесі вивчення дисципліни «Е-бізнес» використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи здобувачів за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять.	Теоретичні питання (2 розширених пит.) Теми (1-5) змістового модуля 1.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	1. Теоретичні питання (2 пит.) – макс. 60 балів. 2. Практичне завдання – макс. 40 балів. Теми (6-10) змістового модуля 2.	Оцінка за презентаційні матеріали за результатами виконання тренінгових завдань.	Оцінка за тести.	Тестові завдання (10 тестів по 2 бали за тест) – макс. 20 балів. 2. Теоретичні питання (2 пит.) – макс. 40 балів. 3. Практичне завдання – макс. 40 балів.

Шкала оцінювання здобувачів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом