



Силабус дисципліни «ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕС»

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність – 052 Політологія
Освітньо-професійна програма
«Міжнародні та регіональні політичні комунікації»

Кількість кредитів ECTS: 5
Рік навчання: 4, Семестр: 8
Мова викладання: українська
Керівник курсу: к. е. н., доцент Олексій ЯРОЩУК
E-mail: o.yaroshchuk@wunu.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою дисципліни є формування у здобувачів базових знань і практичних умінь з організації та функціонування інтернет-бізнесу, аналізу цифрових бізнес-моделей, оцінювання економічної доцільності онлайн-проектів, використання інтернет-інструментів для просування товарів і послуг, зокрема у сфері енергетики та енергетичного аудиту.

У процесі вивчення дисципліни здобувачі опановують основні поняття інтернет-бізнесу, електронної комерції, цифрового маркетингу, онлайн-платформ і платіжних систем, а також набувають навичок аналізу ефективності інтернет-проектів і прийняття управлінських рішень у цифровому середовищі. Значна увага приділяється прикладному аналізу інтернет-бізнесу в діяльності енергетичних компаній, інжинірингових і консалтингових фірм.

СТРУКТУРА КУРСУ

№	Години (лек./ практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
1	2	3	4	5
1	2 / 2	Вступ до інтернет-бізнесу	Здобувач розуміє сутність інтернет-бізнесу, його роль у цифровій економіці та можливості застосування в інженерній, енергетичній та аудиторській діяльності.	Тестові завдання
2	2 / 2	Бізнес-моделі інтернет-бізнесу	Здобувач знає основні бізнес-моделі інтернет-бізнесу та уміє аналізувати їх доцільність для надання енергетичних, інжинірингових і консалтингових послуг.	Практичні вправи
3	2 / 2	Електронна комерція	Здобувач пояснює принципи функціонування електронної комерції та основні етапи реалізації товарів і послуг у цифровому середовищі.	Аналіз прикладів

4	2 / 2	Інтернет-платформи та маркетинг	Здобувач розуміє особливості функціонування інтернет-платформ і маркетингів та уміє аналізувати можливості їх використання в енергетичній сфері.	Аналітичні завдання
5	2 / 2	Цифровий маркетинг	Здобувач знає базові інструменти цифрового маркетингу та уміє оцінювати їх ефективність для просування енергетичних і технічних послуг.	Практичні розрахунки
6	2 / 2	Соціальні мережі та контент-маркетинг	Здобувач розуміє роль соціальних мереж у бізнесі та уміє аналізувати вплив контенту на формування попиту на енергетичні послуги.	Аналіз кейсів
7	2 / 2	Платіжні системи та фінансові технології	Здобувач знає основні види платіжних систем і принципи здійснення онлайн-розрахунків за інженерні та енергетичні послуги.	Практичні завдання
8	2 / 2	Правові та безпекові аспекти інтернет-бізнесу	Здобувач розуміє основні правові вимоги та принципи забезпечення інформаційної безпеки в інтернет-бізнесі.	Аналіз ситуацій
9	2 / 2	Аналітика в інтернет-бізнесі	Здобувач уміє аналізувати базові показники ефективності інтернет-бізнесу та інтерпретувати аналітичні дані для прийняття управлінських рішень.	Аналітичні вправи
10	2 / 2	Інтернет-бізнес у сфері енергетики	Здобувач знає напрями застосування інтернет-бізнесу в енергетичній сфері, зокрема в енергетичному аудиті та енергосервісній діяльності.	Кейс-аналіз
11	2 / 2	Оцінювання ефективності інтернет-проектів	Здобувач уміє оцінювати економічну доцільність інтернет-проектів з використанням базових фінансово-економічних показників.	Розрахункові задачі
12	2 / 2	Комплексний аналіз інтернет-бізнес-проекту	Здобувач застосовує набуті знання для комплексного аналізу інтернет-бізнес-проекту у сфері інженерних та енергетичних послуг.	Розрахунково-аналітичне завдання

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Електронний бізнес: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018.
2. Грехов А. М. Електронний бізнес: навчальний посібник. Київ: 2005.
3. Згуровський М. З., Панкратова Н. Д. Основи системного аналізу. Київ: Видавнича група ВНУ, 2007. 544 с.
4. Системи підтримки прийняття рішень

5. Ситник В. Ф. Системи підтримки прийняття рішень: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2004. 614 с.
6. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011.
7. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management. 8th ed. Harlow: Pearson, 2022.
8. Electronic Commerce Research and Applications. Amsterdam: Elsevier.
9. European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI). Brussels, 2023.
10. Information & Management. Amsterdam: Elsevier.
11. ISO 27001:2022. Information security management systems — Requirements. Geneva: ISO, 2022.
12. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken: Wiley, 2021.
13. Laudon K. C., Traver C. G. E-Commerce: Business, Technology, Society. 16th ed. New York: Pearson, 2024.
14. OECD. Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future. Paris: OECD Publishing, 2019.
15. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation. Hoboken: Wiley, 2010.
16. Parker G. G., Van Alstyne M. W., Choudary S. P. Platform Revolution. New York: W. W. Norton & Company, 2016.
17. Strauss J., Frost R. E-Marketing. 8th ed. London: Routledge, 2021.
18. Technological Forecasting and Social Change. Amsterdam: Elsevier.
19. Turban E., Outland J., King D., Lee J. K., Liang T.-P., Turban D. Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. Cham: Springer, 2018.
20. UNCTAD. Digital Economy Report. Geneva: United Nations, 2021.
21. World Bank. Digital Development Overview. Washington, DC.

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: За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Політика щодо визнання результатів навчання

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання» (https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologenyua/Polozhennya_ruzult_porper_navch.pdf) здобувачам вищої освіти може бути зараховано результати навчання (неформальної/інформальної освіти, академічної мобільності тощо) на підставі підтвердних документів (сертифікати, довідки, документи про підвищення кваліфікації тощо). Рішення про зарахування здобувачу результатів (певного освітнього компонента в цілому, або ж окремого виду навчальної роботи за таким освітнім компонентом) приймається уповноваженою Комісією з визнання результатів навчання за процедурою, визначеною вищезазначеним положенням.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20 %	20 %	20 %	20 %	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Середній бал за результатами поточного оцінювання	Письмова робота	Середній бал за результатами поточного оцінювання	Письмова робота	Середній бал за результатами виконання завдань тренінгу	Оцінка за виконане завдання

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35–59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)