

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

  
А.В. Череп  
« 02 » « 09 » 2021 р.


**«Основи електронного бізнесу»**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ


циклу вільного вибору бакалаврів у межах університету

Укладач **Лось В.О., к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики**


Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри економічної кібернетики  
Протокол №\_1\_ від «\_27\_»\_серпня\_2021\_р.  
Завідувач кафедри економічної кібернетики

  
Н.К. Максишко

Ухвалено науково-методичною радою  
економічного факультету  
Протокол №\_1\_ від «\_30\_» серпня 2021 р.  
Голова науково-методичної ради  
економічного факультету

  
І.І. Колобердянко

Погоджено  
з навчально-методичним відділом

  
(підпис)  
О.В. Шимчук  
(ініціали, прізвище)

2021 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
Рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
бакалаврський	Кількість кредитів – 3	Вибіркова	
		Блок дисциплін вільного вибору студента в межах університету	
	Загальна кількість годин – 90	Семестр:	
		5-й	-й
	Змістових модулів – 4	Лекції	
		20 год.	год.
		Лабораторні	
	Кількість поточних контрольних заходів – 12	год.	год.
		Самостійна робота	
		70 год.	год.
Вид підсумкового семестрового контролю: залік			

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Основи електронного бізнесу» є формування компетентностей стосовно виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

Основними **завданнями** дисципліни «Основи електронного бізнесу» є вивчення теоретичних і практичних засад електронного бізнесу, типів електронних платежів, методів захисту інформації, набуття вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
Загальні компетентності: – здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; – навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; – здатність працювати в команді; – здатність до адаптації та дії в новій ситуації; – знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	Наочні методи (схеми, моделі, алгоритми). Словесні методи (лекція, пояснення, робота з підручником). Практичні методи (творчі та контрольні завдання). Метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія, створення цікавих ситуацій).

<p><b>Програмні результати</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– застосовувати набуті теоретичні знання у практичних ситуаціях та змістовно інтерпретувати отримані результати;</li> <li>– використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення практичних завдань;</li> <li>– демонструвати навички самостійної роботи щодо пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;</li> <li>– демонструвати здатність працювати в команді при вирішенні практичних завдань;</li> <li>– демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах;</li> <li>– розуміти предметну область та виявляти ключові характеристики інформаційних систем.</li> </ul>	<p><b>Методи контролю і самоконтролю</b> (усний, письмовий, практичний).</p> <p><b>Контрольні заходи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретичне тестування за кожною темою;</li> <li>– виконання ситуаційних вправ;</li> <li>– залік.</li> </ul>
---	--

**Міждисциплінарні зв'язки.** Курс передбачає тісний зв'язок з такими навчальними дисциплінами, як: «Інформатика та комп'ютерна техніка», «Інформаційні системи в управлінні», «Інтернет-бізнес».

Після вивчення даного блоку дисциплін студент повинен володіти теоретичними основами інформатики, мати практичні навички використання мережі Інтернет з метою пошуку, аналізу, оброблення даних.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Основні поняття та принципи електронного бізнесу.**

**ТЕМА 1. Електронний ринок, поняття електронного бізнесу та електронної комерції.**

Поняття електронного ринку. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції. Характеристики та принципи функціонування електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції. Можливості та переваги електронної комерції. Переваги електронного бізнесу для виробників, продавців та покупців. Сучасні тенденції ринку електронної комерції. Інструменти і методи комерційної діяльності у традиційній та інформаційній економіці. Фактори зниження витрат при використанні електронної комерції.

**ТЕМА 2. Моделі та стратегії електронного бізнесу.**

Складові електронного бізнесу. Сутність поняття електронної комерції та основні визначення. Основні взаємозалежні сфери комерційної діяльності компаній. Моделі електронного бізнесу. Основні поняття електронної комерції. Головні елементи системи електронної комерції B2B. Моделі електронної комерції типу B2B. Модель електронного торговельного майданчика (e-marketplace). Модель дошки оголошень. Модель аукціонів. Бізнес-стратегії фірм електронного бізнесу. Започаткування електронного бізнесу. Види стратегій електронного бізнесу.

#### **Змістовий модуль 2. Маркетинг в електронному бізнесі.**

**ТЕМА 3. Основи маркетингу в електронному бізнесі.**

Особливості сучасного Інтернет – маркетингу. Об'єкт і суб'єкт маркетингової діяльності. Напрямки діяльності. Процес управління маркетингом. Етапи процесу управління. Електронний, цифровий та інформаційний товар. Класифікація електронних товарів. Основні принципи та засоби реклами в мережі Інтернет. Інтернет-реклама види Інтернет-реклами. Пошукова оптимізація (SEO). Контекстна реклама. Реклама в соцмережах. Медійна реклама. Продакт-плейсмент. Вірусна реклама. Агентство інтернет-реклами.

#### ТЕМА 4. *Послуги в електронній комерції.*

Види послуг в електронній комерції. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні страхові послуги. Учасниками страхового електронного ринку. Дистанційне навчання. Туристичні послуги в мережі Internet.

### **Змістовий модуль 3. Функціонування електронного ринку.**

#### ТЕМА 5. *Електронний ринок на базі Інтернет.*

Сутність та переваги електронного ринку на базі Інтернет. Інтернет-магазини поняття інтернет-магазину. Процес здійснення покупки. Переваги і недоліки. Корпоративні сайти основна і додаткові функції. Етапи створення Інтернет бізнесу. Структурні елементи корпоративного сайту. Контент-проекти визначення контенту. Контент-проект. Модель бізнесу. Структура контент-проекту. Розробка та підтримка сайтів процес створення сайту. Дизайн та web-студії. Мобільна комерція.

#### ТЕМА 6. *Електронні платіжні системи та фінансові інструменти.*

Види електронних систем взаєморозрахунків. Пересилка комерційної інформації в Інтернет. Вимоги до платіжних систем та їх класифікація. Пластикові карти. Платіжні системи на основі кредитних карток. Учасники платіжної системи. Міжнародні і українські платіжні системи, що використовують кредитні картки. Інтернет-банкінг. Системи Інтернет-банкінгу та керування банківськими рахунками через Інтернет. Системи управління інвестиціями через Інтернет. Інтернет-трейдинг, його типи (робота з цінними паперами, торгівля валютою на ринку FOREX) та основні функціональні можливості систем. Організація електронного способу страхування в системах Інтернет-страхування. Електронні гроші. Поняття електронних грошей, мікрогроші, мікротрансакції. Схеми розрахунків у платіжних системах, що використовують Smart-card. Платіжні системи на основі електронних чеків. Українські системи електронних платежів.

### **Змістовий модуль 4. Методи здійснення електронного бізнесу.**

#### ТЕМА 7. *Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет.*

Методи просування сайту. Залучення цільових відвідувачів. Методи просування. Пара-метри способів. Реклама в онлайн-ЗМІ. Статейний піар. Контекстна реклама. Пошукова оптимізація. Методи пошукової оптимізації. Методи просування сайтів в пошукових системах. Переваги «білих» методів. Фактори релевантності сторінки. Контентна оптимізація. Планування. Семантичне ядро. Етапи маркетингового аналізу в рамках тематичної оптимізації. Попередній аналіз ринку. Вибір цільової аудиторії. Складання семантичного ядра. Групи пошукових запитів. Релевантність запитів. Типи запитів по частотності. Принцип тематичної оптимізації. SEO-текст. Внутрішня та зовнішня оптимізація. Статичні і динамічні зовнішні фактори. Основні принципи впливу зовнішніх факторів. Показники авторитетності. Тематичний індекс цитування. PageRank. Зважений індекс цитування. Реєстрація в каталогах пошукових систем і тематичних каталогах. Обмін посиланнями.

#### ТЕМА 8. *Системи електронної комерції в корпоративному секторі.*

Сутність віртуальних підприємств. Поняття віртуального підприємства. Класи віртуальних підприємств. Життєвий цикл та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Характеристика технологічних засобів для побудови віртуальних підприємств. Системи Workflow. Керування знаннями віртуальних підприємств. Інтелектуальні та мультиагентні системи. Програмні агенти та мультиагентні системи. Етапи створення віртуального підприємства (проекування, прив'язка до ресурсів, залучення ресурсів, експлуатація, моніторинг, управління). Приклади реальних віртуальних підприємств.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів			
		Усього годин	Лекційні заняття, год		Лабораторні заняття, год		о/д ф.	з/дист ф.	Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів	
			о/дф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	
1	15	15	7				8		10	5	15	
2	15	15	7				8		10	5	15	
3	15	15	7				8		10	5	15	
4	15	15	7				8		10	5	15	
Усього за змістові модулі	60	60	28				32		40	20	60	
Підсумковий семестровий контроль залік	30						30		20	20	40	
Загалом			<b>90</b>							<b>100</b>		

#### 5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Електронний ринок, поняття електронного бізнесу та електронної комерції	4
	Тема 2. Моделі та стратегії електронного бізнесу	4
2	Тема 3. Основи маркетингу в електронному бізнесі	4
	Тема 4. Послуги в електронній комерції	3
3	Тема 5. Електронний ринок на базі Інтернет	4
	Тема 6. Електронні платіжні системи та фінансові інструменти	3
4	Тема 7. Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет	3
	Тема 8. Системи електронної комерції в корпоративному секторі	3
	Разом	<b>28</b>

#### 6. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	
1	Теоретичне опитування	Теми рефератів. 1. Застосування технологій електронної комерції в державі. 2. Електронна комерція стан та перспективи розвитку. 3. Тенденції застосування	Теоретичні знання студента оцінюються у 5 балів. 1-2 бали – розкрито лише основні визначення та	<b>5</b>

		інформаційних технологій в електронній комерції. 4. Основні положення електронної комерції. 5. Практичне застосування інформаційних технологій в електронному бізнесі. 6. Електронна комерція: принципи, розрахунки, електронна готівка 7. Загальнотеоретичні положення електронної комерції	поняття; 3-4 бали – питання розкрито не повністю та є зауваження до змісту реферату; 5 балів – питання повністю розкрито.	
	Практичне завдання	Практичні завдання. 1. Дослідити діяльність українських та зарубіжних Інтернет-магазинів. Послідовно зайдіть на будь-які чотири (за вибором студента) сайти українських і зарубіжних Internet-магазинів і надайте письмово відповіді на такі питання: – які групи товарів (послуг) можна придбати (отримати) у цих крамницях? – які механізми використовуються для надання цінової інформації на запропоновані товари (послуги)? – як (візуально, з допомогою текстового опису тощо) потенційні покупці можуть ознайомитися з представленими товарами (послугами)? – які механізми замовлення товару за допомогою Internet працюють у Internet-крамницях, що розглядаються? – чи існує в Internet-крамницях, що розглядаються, система знижок на товари? Які в них знижки порівняно з традиційними крамницями? – які системи доставки товарів пропонуються покупцям – традиційна пошта, кур'єрська доставка тощо? – які регіони охоплює система доставки товарів у Internet-крамницях, що розглядаються? – чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти? Зробіть їх порівняльний аналіз. – чи є он-лайновий бізнес відображенням оф-лайнового бізнесу? Аргументуйте свою думку. 2. Дослідити діяльність он-лайнових аукціонів. Послідовно зайдіть на сайти он-лайнових аукціонів <a href="http://megalot.com">http://megalot.com</a> , <a href="https://bitok.ua">https://bitok.ua</a> , <a href="http://www.ebay.com">www.ebay.com</a> , дайте письмово відповіді на наступні питання: – чи діє на цих аукціонах система рейтингових оцінок покупців і продавців? – які механізми використовуються для надання інформації про лоти?	Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – усі завдання виконано з помилками; 2 бали - завдання виконано з незначними помилками; 3 бали - завдання виконано без помилок.	5

		– якими шляхами (візуально, з допомогою текстового опису тощо).		
	Теоретичне опитування	Тестування дозволяє перевірити теоретичні знання студента та проводиться у системі MOODLE. Дозволяється скласти тести 2 рази.	Тестування оцінюється у 10 балів та складається з 10 тестових завдань. Кожне тестове запитання містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 1 бал.	<b>10</b>
<b>Усього за ЗМ 1 контр. заходів</b>	<b>3</b>			<b>20</b>
<b>2</b>	Теоретичне опитування	Теми рефератів. 1. Електронний обмін даними. 2. Моделі бізнесу в Інтернет. Сучасні маркетингові можливості ведення бізнесу в Інтернет 3. Модель електронного магазину. Навігація покупця. Аналіз проекту 4. Зв'язок Internet і маркетингу. Реклама в Internet. Web-promotion. 5. Світовий ринок електронної комерції 6. Технології прямих продажів через Internet 7. Міжнародна електронна комерція 8. Інструментарій електронної комерції.	Теоретичні знання студента оцінюються у 5 балів. 1-2 бали – розкрито лише основні визначення та поняття; 3-4 бали – питання розкрито не повністю та є зауваження до змісту реферату; 5 балів – питання повністю розкрито.	<b>5</b>
	Практичне завдання	Практичні завдання. 1. Ознайомитися з особливостями аналізу якості Internet-представництва комерційної структури. Послідовно зайдіть на сайти маркетингових компаній таких як: <a href="http://www.triolan.com">http://www.triolan.com</a> , <a href="https://kaddirect.com.ua">https://kaddirect.com.ua</a> , <a href="https://pro-consulting.ua">https://pro-consulting.ua</a> . На екрані з'явиться перша сторінка сайту. У розділі системного меню «Послуги» за допомогою списку, що розкривається, ознайомитися з видами послуг, які надає компанія. Результати оформити у вигляді таблиці. 2. Ознайомитися з порядком замовлення маркетингових послуг в мережі Internet. Заповнити заявку, відповідно до визначеного варіанту. 3. Ознайомитися з особливостями функціонування банерної реклами в мережі Internet. Зайдіть на сайт рекламної студії BannerMaker <a href="http://bannermaker.at.ua">http://bannermaker.at.ua</a> . Перегляньте	Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – усі завдання виконано з помилками; 2 бали - завдання виконано з незначними помилками; 3 бали - завдання виконано без помилок.	<b>5</b>

		портфоліо нових банерів, розроблених студією для комерційних структур. Ознайомтеся із формою замовлення на виготовлення банерів, проаналізуйте типи та формати банерів. Ознайомтеся з інформацією про вартість банерної реклами та проведіть розрахунок загальної вартості рекламної кампанії фірми.		
	Теоретичне опитування	Тестування дозволяє перевірити теоретичні знання студента та проводиться у системі MOODLE. Дозволяється скласти тести 2 рази.	Тестування оцінюється у 10 балів та складається з 10 тестових завдань. Кожне тестове запитання містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 1 бал.	<b>10</b>
<b>Усього за ЗМ 2 контр. заходів</b>	<b>3</b>			<b>20</b>
<b>3</b>	Теоретичне опитування	Теми рефератів. 1. Види електронного бізнесу. 2. Системи електронної комерції у корпоративному секторі. 3. Системи електронної комерції у споживчому секторі 4. Інтернет-інкубатори: коротка характеристика. 5. Мобільна комерція. 6. Корпоративні представництва в Інтернеті.	Теоретичні знання студента оцінюються у 5 балів. 1-2 бали – розкрито лише основні визначення та поняття; 3-4 бали – питання розкрито не повністю та є зауваження до змісту реферату; 5 балів – питання повністю розкрито.	<b>5</b>
	Практичне завдання	Практичні завдання. Провести маркетингове дослідження електронного ринку (аналіз запитів у сервісі Google.com): 1. оберіть вид товару, який будете досліджувати; 2. зайдіть на сайт <a href="https://serpstat.com">https://serpstat.com</a> та введіть тематику запиту відповідно до обраного типу товару; 3. проаналізуйте отриману статистичну інформацію.	Практичні навички студента оцінюються таким чином: 1 бал – усі завдання виконано з помилками; 2 бали - завдання виконано з незначними помилками; 3 бали - завдання виконано без помилок.	<b>5</b>
	Теоретичне опитування	Тестування дозволяє перевірити теоретичні знання студента та проводиться у системі MOODLE. Дозволяється скласти тести 2 рази.	Тестування оцінюється у 10 балів та складається з 10 тестових	<b>10</b>



			завдань. Кожне тестове запитання містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 1 бал.	
<b>Усього за ЗМЗ контр. заходів</b>	<b>3</b>			<b>20</b>
<b>4</b>	Теоретичне опитування	<p>Теми рефератів.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначення, цілі та завдання SEO оптимізації сайту.</li> <li>2. Методи, чинники та основні етапи SEO оптимізації Інтернет-проекту.</li> <li>3. Методи пошукової оптимізації (SEO оптимізації).</li> <li>4. Методи створення семантичного ядра.</li> <li>5. Використання методів спамдексінгу при пошуковій оптимізації.</li> <li>6. SEO - оптимізація для пошуковиків.</li> <li>7. Інструменти SEO-оптимізації для підвищення пошукового трафіку.</li> <li>8. Завдання аналітики, місце веб-аналітики в маркетинговому комплексі інтернет-проекту.</li> <li>9. Інструменти веб-аналітики їх переваги та недоліки.</li> <li>10. Аналітична система Google Analytics.</li> <li>11. Інструменти бізнес-аналітики для візуалізації маркетингових даних.</li> </ol>	<p>Теоретичні знання студента оцінюються у 5 балів.</p> <p>1-2 бали – розкрито лише основні визначення та поняття;</p> <p>3-4 бали – питання розкрито не повністю та є зауваження до змісту реферату;</p> <p>5 балів – питання повністю розкрито.</p>	<b>5</b>
	Практичне завдання	<p>Практичні завдання.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оберіть будь-який сайт для здійснення комплексного аналізу</li> <li>2. Проведіть комплексний аналіз сайту за наступними критеріями: <ul style="list-style-type: none"> <li>– вивчіть напрям й тематику Інтернет-ресурсу;</li> <li>– ознайомтесь з сайтами конкурентів та проведіть їх характеристику за показниками: <ol style="list-style-type: none"> <li>а) асортименту товарів;</li> <li>б) інформаційних показників;</li> <li>в) сервісних показників;</li> <li>г) показників додаткових послуг;</li> <li>д) показник економічності;</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>– побудуйте циклограму конкурентоспроможності досліджуваних сайтів;</li> </ul> </li> <li>3. Проаналізуйте навігацію сайту.</li> <li>4. Проаналізуйте контент сайту та визначте його інтегральну оцінку за показниками.</li> </ul></li></ol>	<p>Практичні навички студента оцінюються таким чином:</p> <p>1 бал – усі завдання виконано 3 помилками;</p> <p>2 бали - завдання виконано 3 незначними помилками;</p> <p>3 бали - завдання виконано без помилок.</p>	<b>5</b>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– читабельність тексту</li> <li>– чіткість зображень</li> <li>– доступність</li> <li>– кольорова гама</li> <li>– швидкість завантаження</li> <li>– простота користування</li> <li>– наявність реклами на сайті</li> </ul> <p>5. Проаналізуйте семантичне ядро сайту 6. Запропонуйте можливі варіанти для створення унікального контенту. Зробіть висновки та пропозиції щодо покращення структури та змісту сайту.</p>		
	Теоретичне опитування	Тестування дозволяє перевірити теоретичні знання студента та проводиться у системі MOODLE. Дозволяється скласти тести 2 рази.	Тестування оцінюється у 10 балів та складається з 10 тестових завдань. Кожне тестове запитання містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне запитання студент отримує 1 бал.	<b>10</b>
<b>Усього за ЗМ 4 контр. заходів</b>	<b>3</b>			<b>20</b>
<b>Усього за змістові модулі контр. заходів</b>	<b>12</b>			<b>80</b>

### 8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
<b>Залік</b>	Тестування	Тестові завдання розроблено за навчальним матеріалом тем змістових модулів 1-4 (розділ 3 робочої програми)  Питання для підготовки до заліку розміщено у СЕЗН Moodle за посиланням: <a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7478">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7478</a>	Підсумковий тест складається із 20 тестових питань. Правильна відповідь оцінюється у 1 бал.	<b>20</b>
	Практичне завдання	Виконання чотирьох ситуаційних вправ за темами змістових модулів 1-4	Виконання однієї ситуаційної вправи оцінюється в 5 балів	<b>20</b>
<b>Усього за підсумковий семестровий контроль</b>				<b>40</b>

## 8. Рекомендована література

### Основна:

1. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Електронний бізнес : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2018. 292 с.
2. Лисак О. І., Андрєєва Л. О., Тебенко В. М. Електронна комерція : курс лекцій. Мелітополь : Люкс, 2020. 225 с.
3. Зайцева О. О., Болотинюк І. М. Електронний бізнес : навч. посіб. / за наук. ред. Н. В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2015. 264 с.
4. Олійник Л. В. Електронна комерція як новий формат підприємницької діяльності. *Modern Economics* : електронне наукове фахове видання з економічних наук. 2020. №20. С. 175-180.

### Додаткова:

1. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.
2. Василичев Д. В. Методичні підходи до планування бізнес-процесів в електронній комерції. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 32. С. 287–292.
3. Кулик В. А. Розвиток електронного бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. №. 1. С. 168–176.
4. Лисак О. І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. Мелітополь : Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2017. №3 (35). С. 46–55.
5. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. С. 111–115.
6. Томашевська Т. В. Методичні вказівки для самостійної роботи з дисципліни «Електронна комерція», денна форма навчання. Київ : Національна академія статистики, обліку та аудиту, 2021. 33 с.

### Інформаційні ресурси:

1. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. URL: [https://www.academia.edu/2695414/Connected\\_The\\_surprising\\_power\\_of\\_our\\_social\\_networks\\_and\\_how\\_they\\_shape\\_our\\_lives](https://www.academia.edu/2695414/Connected_The_surprising_power_of_our_social_networks_and_how_they_shape_our_lives).
2. Ecommerce PHP shopping cart software Shop-Script FREE. URL: <http://www.scriptshop.com.ua>).
3. Сайт E-commerce. URL: [E-commerce.com.ua](http://E-commerce.com.ua)
4. Дослідження тенденцій в цифровому світі. URL: [www.kleinerperkins.com/perspectives](http://www.kleinerperkins.com/perspectives).
5. Міжнародний валютний ринок FOREX. URL: <http://www.forexua.com>.
6. Наукові дослідження торгівлі на eBay. *Інформаційні технології. Аналітичні матеріали*. URL: <http://it.ridne.net/node/256>.