

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Факультет економіки та екології моря
Кафедра економіки та цифрового бізнесу



ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з науково-
педагогічної роботи
Сергій СЛОБДЯН

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Program of the Discipline

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Electronic commerce

рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

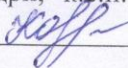
тип дисципліни – обов'язкова

мова викладання - українська

Миколаїв - 2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі 07 Управління та адміністрування, спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Бізнес та приватне підприємництво».

« 11 » березня 2026 року. 16 с.

Розробник: в.о. завідувач кафедри, к.е.н., доцент кафедри економіки та цифрового бізнесу  Оксана КОРНІЄНКО

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Електронна комерція» узгоджено з гарантом освітньої програми «Бізнес та приватне підприємництво»

Гарант освітньої програми  Олена ЖУКОВА

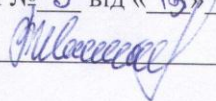
Проект робочої програми навчальної дисципліни «Електронна комерція» розглянуто на засіданні кафедри економіки та цифрового бізнесу.

Протокол № 3 від «11» березня 2026 р.

Завідувач кафедри  Оксана КОРНІЄНКО

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Електронна комерція» розглянуто Науково-методичною комісією факультету економіки та екології моря

Протокол № 3 від «13» 03 2026 р.

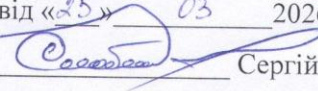
Голова  Вячеслав ІВАТА

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Електронна комерція» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу Андрій ЛАБАРТКАВА 

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» затверджено Навчально-методичною радою НУК

Протокол № 3 від «25» 03 2026 р.

Голова НМР  Сергій СЛОБОДЯН

© НУК, 2026

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ	4
1. Опис навчальної дисципліни.....	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни	6
3. Передумови для вивчення дисципліни	6
4. Очікувані результати навчання	6
5. Програма навчальної дисципліни (тематичний план навчальної дисципліни, теми семінарських, практичних, лабораторних занять, самостійна робота, індивідуальне навчально-дослідне завдання)	7
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методів їх демонстрування	10
7. Форми поточного та підсумкового контролю	11
8. Критерії оцінювання результатів навчання.....	16
9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна	16
10. Рекомендовані джерела інформації (основна література, допоміжна література, інформаційні ресурси в інтернет)	17

ВСТУП

Анотація

Актуальність дисципліни «Електронна комерція» зумовлена стрімким розвитком цифрової економіки та необхідністю формувати у майбутніх економістів і бізнес-фахівців компетентності, що забезпечують ефективну діяльність в умовах глобалізованого електронного ринку. Сучасна практика висуває запит на фахівців, здатних інтегрувати інструменти електронної комерції у бізнес-процеси підприємств, оптимізувати онлайн-взаємодію з клієнтами, формувати конкурентні цифрові стратегії та управляти електронними каналами збуту продукції та послуг.

Особливе значення приділяється опануванню знань і навичок щодо природи та структури електронної комерції, її поточного стану в контексті ключових трендів розвитку світової цифрової цивілізації, а також особливостей прийняття управлінських рішень у середовищі онлайн-ринків. Вивчення дисципліни передбачає засвоєння інструментарію створення та підтримки електронних платформ, застосування сучасних технологій інтернет-маркетингу, використання аналітичних систем для оцінювання ефективності електронних продажів, а також розуміння правових, фінансових та організаційних аспектів функціонування електронного бізнесу.

У курсі розглянуто інституціональні засади розвитку електронної комерції, моделі електронного бізнесу, особливості цифрових платіжних систем, логістичні рішення для онлайн-торгівлі, підходи до забезпечення кібербезпеки та захисту даних, а також методи аналітичної оцінки діяльності електронних підприємств. Завдяки ґрунтовній роботі з матеріалами дисципліни студенти оволодіють сучасними знаннями про електронні ринки та набудуть досвіду креативного й практичного застосування цифрових технологій у професійній діяльності.

Ключові слова: електронна комерція; електронний бізнес; цифрова економіка; онлайн-платформи; інтернет-торгівля; цифрові маркетингові інструменти; електронні платіжні системи; електронні маркетплейси; логістика електронної торгівлі; кібербезпека; захист даних; веб-аналітика; електронні сервіси; моделі e-commerce; інтернет-реклама; цифрові канали збуту; онлайн-споживач; бізнес-стратегії у цифровому середовищі; управління електронними продажами; цифрова трансформація бізнесу.

Abstract

The relevance of the discipline “**Electronic Commerce**” is determined by the rapid development of the digital economy and the necessity to equip future economists and business professionals with competencies that ensure effective performance in a globalized electronic market environment. Modern practice demands specialists capable of integrating e-commerce tools into enterprise business processes, optimizing online interaction with customers, developing competitive digital strategies, and managing electronic channels for distributing products and services.

Particular attention is given to mastering knowledge and skills related to the

nature and structure of electronic commerce, its current state within the context of key trends in the development of the global digital civilization, as well as the specifics of making managerial decisions in online market environments. Studying the discipline involves acquiring tools for creating and maintaining electronic platforms, applying modern internet marketing technologies, using analytical systems to assess the effectiveness of electronic sales, and understanding the legal, financial, and organizational aspects of electronic business operations.

The course covers the institutional foundations of e-commerce development, electronic business models, features of digital payment systems, logistics solutions for online trade, approaches to ensuring cybersecurity and data protection, as well as methods of analytical evaluation of electronic enterprises. Through comprehensive work with the course materials, students will acquire modern knowledge about electronic markets and gain experience in the creative and practical application of digital technologies in professional activities.

Key words: electronic commerce; e-business; digital economy; online platforms; internet trade; digital marketing tools; electronic payment systems; e-marketplaces; e-commerce logistics; cybersecurity; data protection; web analytics; electronic services; e-commerce models; online advertising; digital sales channels; online consumer; digital business strategies; electronic sales management; digital business transformation.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6	Галузь знань 07 Управління та адміністрування	Обов'язкова	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		4-й	4-й
Електронний адрес РПНД на сайті Університету: http://www.nuos.edu.ua/students/osvita	Спеціальність 076 підприємництво, торгівля та біржова діяльність Освітня програма «Бізнес та приватне підприємництво»	Семестр	
Індивідуальне науково-дослідне завдання - немає		8-й	8-й
		Лекцій	
		30 год.	14 год.
		Практичні, семінарські	
		45 год.	20 год.
Загальна кількість годин -180			
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 6;	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Самостійна робота	
		105 год.	146 год.
		Індивідуальні завдання: відсутнє	
		Вид контролю: залік	
		Форма контролю: комбінована	

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни «Електронна комерція» полягає у формуванні в студентів системи теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для організації, управління та розвитку бізнес-процесів у цифровому середовищі. Дисципліна спрямована на опанування принципів функціонування електронних ринків, інструментів онлайн-продажів, цифрових маркетингових технологій, механізмів електронних платежів та логістичних рішень, що забезпечують ефективну діяльність підприємств в умовах цифрової трансформації.

У результаті вивчення курсу студенти повинні набути компетентностей, що дозволяють застосовувати сучасні інструменти електронної комерції у професійній діяльності, розробляти та впроваджувати електронні бізнес-моделі, аналізувати ефективність електронних операцій, забезпечувати кібербезпеку та захист даних, а також приймати обґрунтовані управлінські рішення в онлайн-середовищі. Зокрема, відповідно до освітньо-професійної програми студенти набувають таких компетентностей:

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

Передумови для вивчення дисципліни

Передумов для вивчення дисципліни – навчальні курси «Управління маркетингом», «Економіка підприємства».

3. Очікувані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів таких результатів навчання:

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

ПРН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.

ПРН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ПРН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПРН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Теоретичні засади та інфраструктура електронної комерції

1. Електронна комерція: суть, принципи, сфери застосування [1], стор. 12–38
2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності [1], стор. 39–58
3. Категорії мережі Інтернет та технології електронної комерції [2], стор. 15–49
4. Безпека та захист інформації в електронній комерції [3], стор. 71–112
5. Види електронного бізнесу [1], стор. 59–94
6. Електронна комерція як складова електронного бізнесу [1], стор. 95–118

Змістовний модуль 2. Прикладні системи, інструменти та розвиток електронної комерції

7. Електронна комерція в корпоративному секторі [4], стор. 201–238
8. Системи електронної комерції у споживчому секторі [2], стор. 82–121
9. Електронні платіжні системи [3], стор. 113–158
10. Інтернет-маркетинг [5], стор. 44–97
11. Перспективи розвитку електронної комерції [4], стор. 239–271

Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		лек	пр	сем	с.р.		лек	пр	сем	с.р.
1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	12
Модуль 1. Електронна комерція в глобалізованому світі										
Змістовий модуль 1. 1. Теоретичні засади та інфраструктура електронної комерції										
1. Електронна комерція: суть, принципи, сфери застосування	15	3	2	2	8	36	4	2	2	16
2. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності	15	3	2	2	8					12
3. Категорії мережі Інтернет та технології електронної комерції	15	3	2	2	8	54	4	3	3	12
4. Безпека та захист інформації в електронній комерції	15	3	2	2	8					12
5. Види електронного бізнесу	15	3	2	2	8					10
6. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	15	3	2	2	8					10
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	90	18	12	12	48	90	8	5	5	72
Змістовий модуль 2. Прикладні системи, інструменти та розвиток електронної комерції										
7. Електронна комерція в корпоративному секторі	18	2	2	2	12	34	2	2	2	14
8. Системи електронної комерції у споживчому секторі	18	2	2	2	12					14
9. Електронні платіжні системи	18	2	2	2	12	36	2	2	2	14
10. Інтернет-маркетинг	19	3	2	2	12					16
11. Перспективи розвитку електронної комерції	17	3	2	3	9	20	2	1	1	16
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	90	12	10	11	57	90	6	5	5	74
<i>Разом за курсом</i>	180	30	22	23	105	180	14	10	10	146

Теми практичних та семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Аналіз бізнес-моделей електронної комерції та визначення ключових принципів онлайн-торгівлі (розбір реальних інтернет-магазинів, визначення моделі, цільової аудиторії, принципів роботи)	4	4
2	Порівняння ефективності традиційної та електронної комерції на прикладі конкретних компаній (створення таблиці порівняння, SWOT-аналіз)	4	
3	Класифікація інтернет-ресурсів і технологій для електронної комерції (ідентифікація типів сайтів, робота з CMS, хмарними сервісами, CRM-системами)	4	6
4	Оцінювання ризиків та методів захисту інформації в системах електронної комерції (аналіз типових кіберзагроз, розробка рекомендацій щодо захисту)	4	
5	Визначення та моделювання видів електронного бізнесу (B2B, B2C, C2C, G2C тощо) (побудова схем взаємодії, приклади українських і світових сервісів)	4	
6	Проектування структури інтернет-магазину як складової електронного бізнесу (визначення функціоналу, формування каталогу, побудова структури сторінок)	4	
7	Розробка корпоративного порталу з елементами електронної комерції (створення макету корпоративної системи замовлень, кабінету партнера)	4	4
8	Створення прототипу системи електронної комерції для споживчого сектору (Wireframe або простий лендинг-магазин; аналіз UX)	4	
9	Дослідження та порівняння електронних платіжних систем (LiQPay, PayPal, Fondy, Portmone; критерії безпеки, комісії, API)	4	4
10	Розробка інтернет-маркетинг-стратегії для онлайн-проєкту (SEO-аналіз, SMM-торг funnels, контент-план, реклама)	4	
11	Оцінювання тенденцій і прогнозування розвитку електронної комерції в Україні та світі (робота з аналітичними звітами, формування власних висновків)	5	2
	Разом	45	20

Самостійна робота

- Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:
- ✓ підготовка до практичних занять – 2 год. / 1 заняття;
 - ✓ виконання проєктів – 15 год. / 1 проєкт;
 - ✓ розв’язання кейсів – 3–5 год. / 1 кейс;
 - ✓ підготовка до контрольних заходів – 15 год. / 1 захід

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
	Підготовка до практичних робіт	15	30
	Виконання проєктів	20	30
	Розв’язання кейсів	45	40
	Підготовка до контрольних заходів	25	46
...	Разом	105	146

6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрації

Методами навчання для всіх видів занять є:

робота з контентом - опрацювання різних видів джерел, спрямоване на формування нових знань, їх закріплення, вироблення вмінь і навичок та реалізацію контрольно-корекційної функції в умовах формальної, неформальної та інформальної освіти;

пояснення - вербальне розкриття причинно-наслідкових зв'язків та закономірностей розвитку маркетингових відносин й мислення споживачів, економічних відносин та окремих видів економічної діяльності;

дискусія - обмін поглядами щодо важливих проблем з метою набуття нових знань, обґрунтування власної думки, формування вміння її візуалізації та обстоювати.

Методами навчання для лекційних занять є:

лекція - вербальний виклад навчального матеріалу, який характеризується великим обсягом, складністю логічних побудов, сконцентрованістю розумових образів, доведень і узагальнень;

ілюстрування - демонстрація та сприйняття фактів, процесів і явищ у їх символічному зображенні за допомогою слайдів, презентацій, відповідних матеріальних носіїв інформації;

відеометод - використання відеоматеріалів для активізації наочно-чуттєвого сприймання, забезпечення якнайлегшого і міцного засвоєння знань в їх образно-понятійній цілісності та емоційній забарвленості.

Методами навчання для практичних та семінарських занять є:

практична робота - поглиблення і закріплення теоретичних знань та

перевірки наукових висновків;

дидактична гра - спеціально створена ситуація для формування певних практичних навичок та умінь;

методи контролю і самоконтролю:

контрольні роботи;

контрольні тестові роботи програмованого типу (перелік запитань та можливі варіанти відповідей на них).

Методами контролю і самоконтролю є: опитування, модульні контрольні роботи, відповіді на питання тестів.

Засобами оцінювання та методами демонстрації результатів вивчення дисципліни є: усні відповіді на практичних заняттях, презентації виконаних досліджень модульні контрольні роботи у формі відповідей на тестові запитання, есе (контрольна робота)\, екзамени.

7. Форми поточного та підсумкового контролю

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною шкалою. Підсумкова оцінка навчального курсу складається з оцінок, отриманих студентами впродовж поточного та підсумкового контролю. Вони передбачають оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти та набутих ними практичних навичок.

Поточний контроль здійснюється:

на кожному семінарському та практичному занятті;

на модульних контрольних роботах, які проводиться після завершення чергового змістовного модуля. Модульні контрольні роботи складаються з відповідей на тестові запитання.

Максимальна оцінка за результатами поточного контролю - 60 балів.

Підсумковий контроль здійснюється на екзамені з максимальною оцінкою 40 балів.

Зарахування кредитів навчального курсу можливе тільки після досягнення результатів, запланованих цією робочою навчальною програмою.

Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їх оцінювання

Кількість балів	Критерії оцінювання
Проектна робота	
5	Робота виконана в установлений термін. Проект є самостійним, унікальним дослідженням, що містить правильно структуровану інформацію, а також логічні та обґрунтовані висновкові положення. Проект також відзначається практичною цінністю результатів.
4	Робота виконана в зазначений термін. Проект є самостійним, унікальним дослідженням, що містить правильно структуровану інформацію, Висновкові положення містять неточності та відзначаються поверхневістю тез.

3	Робота виконана з порушенням установлених термінів. Студент виконує проєкт відповідно до рекомендацій викладача, проте допускає помилки інтерпретації фактів, їхній логічній презентації, формулюванні висновків. Практична цінність проєкту не є чітко доведеною.
2	Робота виконана з порушенням установлених термінів. Студент виконує проєкт відповідно до рекомендацій викладача, проте допускає помилки у висвітленні фактів, їхній логічній презентації, вміщує до проєкту неактуальну інформацію. Проєкт не має практичної цінності
1	Робота виконана з порушенням установлених термінів. Студент виконує проєкт під керівництвом викладача; не здійснює самостійної пошукової роботи, не може зробити узагальнення та сформулювати висновкові
0	Робота не виконувалася
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 10 балів (2 роботи по 5 балів)</i>	

Заключний залік у формі тестування

Правильних відповідей, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Бал	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Кількість балів	Критерії оцінювання
Кейси	
5	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міжпредметні зв'язки, містить аргументовані висновки.
4	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу.
3	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована.
2	Відповідь має суттєві помилки, аргументи не сформульовані, використовуються невірна термінологія.
1	Студент розв'язує кейс за допомогою викладача
0	Студент не дає відповіді.
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 15 балів (3 роботи по 5 балів).</i>	

Кількість балів	Критерії оцінювання
Відповіді на практичних заняттях	
3	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міжпредметні зв'язки, містить аргументовані висновки.
2	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована.
1	Відповідь має суттєві помилки, аргументи не сформульовані, використовуються невірна термінологія.
0	Студент не дає відповіді.
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 45 балів (15 відповідей по 3 бали).</i>	

Заключний залік у формі тестування

Правильних відповідей, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Бал	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Контрольна робота	Критерії оцінювання
25-23	Робота виконана в установлений термін. Вона є самостійним, унікальним дослідженням, що містить достатню кількість аналітичного матеріалу, авторські пропозиції та креативний підхід до вирішення поставлених задач.
22-18	Робота виконана в установлений термін. Вона є самостійним, унікальним дослідженням, що містить достатню кількість аналітичного матеріалу, авторські пропозиції та креативний підхід до вирішення поставлених задач. Проте містяться деякі неточності в оформленні роботи.
17-12	Робота виконана в установлений термін. Вона є самостійним, унікальним дослідженням, що містить достатню кількість аналітичного матеріалу, авторські пропозиції та креативний підхід до вирішення поставлених задач, проте студент допускає поверхневість авторських пропозицій.
11-7	Робота виконана в установлений термін. Вона є самостійним, унікальним дослідженням, що містить достатню кількість аналітичного матеріалу, проте студент не проявляє креативності та не робить авторських пропозицій.

6-1	Робота виконана в установлений термін. Вона є самостійним, унікальним дослідженням, але не містить достатню кількість аналітичного матеріалу, немає авторських пропозицій та відсутній креативний підхід до вирішення поставлених задач.
0	Робота не виконувалася.
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 25 балів</i>	

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	денна форма	заочна форма
Виконання практичних завдань	15x2 бали = 30 балів	0
Проектна робота	2x5 балів = 10 балів	2x5 балів = 10 балів
Вирішення кейсів	3x5 балів = 15 балів	3x15 балів = 45 балів
Вирішення тестів	2x10 балів = 20 балів	2x10 балів = 20 балів
Контрольна робота	1x25 балів = 25 балів	1x25 балів = 25 балів
Всього	100 балів	100 балів

8. Критерії оцінювання результатів навчання

Елемент програми		Денна форма		Заочна форма	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
ЗМ 1	Т1	Відповідь на практичному занятті	2		
		Відповідь на практичному занятті	8		
	T2	Проект	5	Проект	5
	T3	Кейс	5	Кейс	15
	T4				
	T5	Відповідь на практичному занятті	3		
	T6	Кейс	5		
ЗМ2	ПМК	Тест	10	Тест	10
	T7	Відповідь на практичному занятті	2		
	T8	Відповідь на практичному занятті	6		
		Кейс	5	Кейс	15
	T9	Відповідь на практичному занятті	2		

	T10	Відповідь на практичному занятті	10		
	T11	Проект	5	Проект	5
		Кейс	5	Кейс	15
	ПМК	Тест	10	Тест	10
Контр.робота			25		25
Підсумковий кнтроль		Залік		Залік	
Сума балів			100		100

9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Під час вивчення дисципліни застосовуються такі технічні засоби: мультимедійний проектор, інтерактивна дошка, персональний комп'ютер, планшет або аналогічний девайс, підключений до інтрнет через Wi-Fi-модем. А також: дистанційні платформи MOODL, Google-клас та програмні інструменти MS Word, MS Excel, MS Power Point.

10.Рекомендовані джерела інформації

Базова

1. Петренко О. В., Литвиненко І. П. *Основи електронної комерції*. — Київ: Академвидав, 2020. — 320 с.
2. Гуменюк М. С. *Інтернет-технології в електронному бізнесі*. — Львів: Новий Світ, 2021. — 280 с.
3. Савчук Д. О. *Інформаційна безпека та цифрові платіжні системи*. — Харків: Фактор, 2019. — 350 с.
- 4.Кравченко Р. М. *Корпоративні системи електронної комерції*. — Одеса: Атлантик-Принт, 2022. — 300 с.
- 5.Шевченко А. П. *Інтернет-маркетинг та цифрові комунікації*. — Київ: КНЕУ, 2021. — 210 с.

Допоміжна

1. Калакура, Я. І., Костюк, В. М., Мазур, О. В. *Електронна комерція: навч. посіб.* Київ: КНЕУ, 2020. 312 с.
2. Laudon, K. C., Traver, C. G. *E-commerce: Business, Technology, Society*. 16th ed. New York: Pearson, 2023. 896 p.
3. Твейд, П. *Інтернет-маркетинг: стратегія та практика*. Львів: Новий Світ—2000, 2019. 284 с.
4. Турченко, О. Г. *Цифрова економіка та електронний бізнес: навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2021. 268 с.
5. Chaffey, D. *Digital Business and E-Commerce Management*. 8th ed. Harlow: Pearson Education, 2019. 680 p.
6. Коробка, В. С. *Електронні платіжні системи: організація та безпека*. Харків: Фактор, 2020. 256 с.

7. Костенко, І. М. Інформаційна безпека в електронній комерції. Одеса: ОНЕУ, 2018. 210 с.
8. Ryan, D. Understanding Digital Marketing. 5th ed. London: Kogan Page, 2022. 450 p.
9. Єрмолаєв, В. В., Сегеда, С. С. Електронний бізнес: технології та інструменти. Київ: Ліра-К, 2019. 304 с.
10. Strauss, J., Frost, R. E-Marketing. 8th ed. New York: Routledge, 2021. 428 p.
11. Гуменюк, М. С. Інтернет-технології в бізнесі: сучасні підходи та рішення. Львів: Магнолія, 2022. 240 с.

Інформаційні ресурси

1. UNCTAD – E-Commerce and Digital Economy. Аналітика щодо глобального розвитку електронної комерції та цифрових ринків. <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy>
2. OECD Digital Economy. Огляди цифрової економіки, регуляторних політик та трендів e-commerce. <https://www.oecd.org/digital/>
3. Statista – E-commerce Worldwide. Статистичні дані, прогнози та аналітика щодо світових електронних ринків. <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>
4. Google Digital Garage. Безкоштовні курси з інтернет-маркетингу, аналітики та онлайн-бізнесу. <https://grow.google/intl/uk/digital-garage/>
5. Shopify Blog – E-commerce Insights. Поради, аналітика та огляди інструментів електронної комерції. <https://www.shopify.com/blog>
6. World Bank Digital Development. Матеріали про цифрову інфраструктуру та підтримку електронного бізнесу. <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment>
7. EU Digital Strategy. Європейська політика щодо цифрової економіки та електронної комерції. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/>
8. Adobe Commerce Resources (Magento). Документація, кейси та методики побудови систем електронної комерції. <https://business.adobe.com/products/magento/magento-commerce.html>
9. Stripe – Electronic Payments Documentation. Інформація про електронні платежі, безпеку транзакцій та інтеграційні технології. <https://stripe.com/docs>
10. HubSpot Digital Marketing Library. Інструменти, методики та довідники з інтернет-маркетингу. <https://www.hubspot.com/resources>