



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**
Декан факультету аграрного менеджменту
Анатолій ОСТАПЧУК
_____ 2023 р.

“СХВАЛЕНО”
на засіданні
кафедри маркетингу та
міжнародної торгівлі
Протокол № 13 від 22.05.2023 р.
Т.в.о. завідувач кафедри
 Олександр Луцій

“РОЗГЛЯНУТО”
Гарант ОП “Маркетинг”
Віолета Гераймович
 _____ 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ**

спеціальність 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»
Факультет аграрного менеджменту
Розробник: к.е.н., доцент Віолета Гераймович

Київ - 2023 р.

1. Опис навчальної дисципліни
Електронна комерція_
(назва)

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	_____075 «Маркетинг» (шифр і назва)	
Освітня програма	- <u>Маркетинг</u> (назва)	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	_____ - _____ (назва)	
Форма контролю	Іспит	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	_____4_____	_____4_____
Семестр	_____7_____	_____7_____
Лекційні заняття	30 год.	6
Практичні, семінарські заняття	15 год.	10
Лабораторні заняття	0 год.	-
Самостійна робота	75 год.	104
Індивідуальні завдання	_____0_____ год.	_____0_____ год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	_____4_____ год. _____4_____ год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Електронна комерція»: метою дисципліни «Електронна комерція» є набуття теоретичних і практичних знань з основ електронної комерції, оволодіння базовими знаннями і навиками в області електронної комерції, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

Завдання дисципліни «Електронна комерція»: теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з наступних питань: предметна галузь електронної комерції; основи теорії електронної комерції; основні поняття електронної комерції; застосування електронної комерції, ринки електронної комерції; основні моделі бізнес-процесів електронної комерції та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернет; типи електронних платежів і платіжних систем; проблеми безпеки та захисту інформації при електронній комерції; досвід компаній, які успішно використовують у своїй діяльності методи й засоби електронної комерції; основи бізнесу та маркетингу в сучасних інформаційних технологіях; практичні навички з бізнесу в Інтернет-середовищі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні поняття електронної комерції: суть, її риси, принципи, типи, переваги та недоліки;
- нормативно-правове забезпечення електронної комерції;
- системи електронної комерції та їх організаційні форми;
- технології використання електронної комерції у корпоративному та споживчому секторах;
- системи електронних платежів та методи їх захисту;
- суть, структуру, принципи та інструменти Інтернет-маркетингу;
- показники оцінки ефективності систем електронної комерції та методик їх розрахунку;
- систему безпеки використовуваних при розрахунках через Інтернет.

вміти:

- вільно користуватися понятійним апаратом: пояснити суть електронної комерції, визначити її особливості, принципи, переваги та недоліки;
- застосовувати норми законодавства в сфері електронної комерції під час проведення бізнес-операцій в мережі Інтернет;
- визначити оптимальну модель систем електронної комерції та застосувати її функціональні можливості для проведення бізнес-операцій в мережі Інтернет;
- надати (придбати) послуги, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології глобальної мережі Інтернет;
- застосовувати платіжні засоби електронних платіжних систем та методи їх захисту в процесі господарської діяльності та управління;
- аналізувати фінансову, нормативну і економіко-технологічну інформацію у області електронної комерції;
- уміти застосувати інструменти Інтернет-маркетингу та визначати їх ефективність;
- оцінити економічну та технологічну ефективність систем електронної комерції.

Набуття компетентностей ОП:

Інтегральна компетентність (ІК)

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

- ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
- ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.
- ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.
- ПРН 22. Демонструвати здатність до формування проектної команди, розподілу виконавців для забезпечення досягнення проектних цілей.
- ПРН 23. Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки.
- ПРН 24 Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового комплексу, обирати оптимальні альтернативи.
- ПРН 25. Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідеї, розробляти бізнес-плани .
- ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.
- ПРН 29. Налаштовувати таргетовану рекламу, розробляти SMM-стратегії та використовувати контент-маркетинг в SMM, управляти репутацією бренду в ключових соціальних мережах

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усьог о	у тому числі					усьог го	у тому числі				
		л	п	л	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи і структурні елементи електронної комерції												
Тема 1. Зміст, базові поняття електронного бізнесу та електронної комерції	15	4	4			7	15	2	2			11
Тема 2. Системи електронної комерції B2C	15	4	4			7	15					15
Тема 3. Електронна комерція у корпоративному секторі	15	4	4			7	15	2	2			11
Тема 4. Електронні платіжні системи	15	4	4			14	15		-			15
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>60</i>	<i>16</i>	<i>16</i>			<i>35</i>	<i>60</i>	<i>4</i>	<i>4</i>			<i>52</i>
Змістовий модуль 2. Сучасні методи та технології електронної комерції												
Тема 1. Організація і технологія роботи Інтернет-магазину	15	4	4			7	15	2	2			11
Тема 2. Маркетингові технології в електронній комерції	15	4	4			7	15		2			13
Тема 3. Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет	15	4	4			7	15	-	2			13
Тема 4. Оцінка ефективності в електронному бізнесі	15	2	2			11	15	-				15
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>60</i>	<i>14</i>	<i>14</i>			<i>40</i>	<i>60</i>	<i>2</i>	<i>6</i>			<i>52</i>
<i>Усього годин</i>	120	15	30			75	120	6	10			104

4. Темі семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

Не передбачені планом

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Зміст, базові поняття електронного бізнесу та електронної комерції	4/2
2	Системи електронної комерції B2C	4/0
3	Електронна комерція у корпоративному секторі	4/2
4	Електронні платіжні системи	4/
5	Організація і технологія роботи Інтернет-магазину	4/2
6	Маркетингові технології в електронній комерції	4/2
7	Пошукова оптимізація та просування в мережі Інтернет	4/2
8	Оцінка ефективності в електронному бізнесі	2/0

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин

Не передбачені планом

7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «Електронна комерція»

1. Основні поняття. Категорії електронної комерції. Переваги електронної комерції.
2. Планування, розробка та реалізація онлайн-бізнесу. Різні аспекти електронної комерції (технічний, економічний, політичний, фіскальний, соціальний, культурний).
3. Перспективи розвитку електронної комерції. Причини гальмування електронної торгівлі в Україні.
4. Роль мережі Інтернет в підвищенні ефективності бізнесу.
5. Ієрархічна структура електронної комерції.
6. Концепція електронних ринків.
7. Основні завдання електронних ринків та їх різновиди.
8. Вимоги споживачів до електронної комерції.

9. Обмін даними в електронній комерції.
10. Необхідні стандарти та протоколи, що підтримують електронну комерцію.
11. Бізнес-моделі для різних типів електронної комерції та їх порівняльна характеристика. Типові сценарії електронної комерції.
12. Ринок B2B, або електронний обмін.
13. Аналіз основних напрямів розвитку електронної комерції.
14. Розвиток сектора B2B на прикладі західних країн і України.
15. Електронна комерція в секторі інтелектуальної власності.
16. Електронна комерція і інвестиції.
17. Стан законодавчого регулювання відносин у інформаційних технологіях. Юрисдикція в Інтернет.
18. Юридична сила договірної та розрахункової документації в електронній формі.
19. Правовий захист інформації. Інтелектуальна власність мережі.
20. Закони України про криптозахист.
21. Антиреклама. Створення тіньових сайтів.
22. Основні сектори електронної комерції.
23. Інтернет-реклама.
24. Торгівля інформаційними послугами.
25. Торгівля фінансовими (банківськими) послугами. 26. Інтернет-банкінг. Інтернет-трейдинг. Інтернет-страхування.
27. Продаж та купівля в Інтернет. Поняття електронного магазину.
28. Оподаткування товарів, що продаються через Інтернет.
29. Проектування баз даних та інформаційних систем для комерційних застосувань.
30. Electronic Software Distribution - електронне розповсюдження програмного забезпечення.
31. Менеджмент операційних ресурсів. 32. Система електронної комерції INT-commerce.
33. Інформаційні послуги.
34. Дистанційне навчання.
35. Телекомунікаційні засоби спілкування.
36. Пластикова картка як платіжний інструмент. Забезпечення функціонування карток.
37. Технологія безготівкових розрахунків на підставі пластикових карток. Проведення операцій. Дебітові системи.
38. Платіжні технології з оплатою за фактом поставки товару, в момент здійснення купівлі, з попередньою оплатою товарів та послуг.
39. Платіжні системи. Електронна валюта. 40. Електронний цифровий підпис. Цифрові сертифікати.
41. Системи і стандарти електронних розрахунків. Протоколи електронної торгівлі.
42. Обов'язкові процедури при здійсненні платежів.

- 43.Захист електронних платежів. Захист інформації в банківських системах. Безпека систем обміну електронними даними. Персональні платежі та їх захист.
- 44.Вдосконалення систем безпеки. Діяльність урядових і фінансових структур.
45. Методи вимірювання ефективності електронної комерції.
46. Елементи криптології. Криптологія із закритим та відкритим ключами.
47. Встановлення справжності. Встановлення повноважень.
- 48.Безпека комп'ютерних систем. Захист комп'ютерних систем обробки інформації.
- 49.Моделі та механізми реалізації політики безпеки. Безпека, що забезпечується засобами клієнта та засобами сервера.
- 50.Захист електронних платежів.

ПАКЕТИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «Магістр» спеціальність 075 «Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2023-2024 навч. рік	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни «Електронна комерція»	Затверджую Зав. кафедри _____ (підпис) 2023р.

1. Дати визначення Internet-магазину. Класифікація Internet-магазинів.
2. Обрати будь-який відомий Інтернет-магазин (наприклад, Епіцентр, Мейкап, Фокстрот, Метро тощо), розглянути та подати у табличному вигляді переваги та недоліки даного сайту із аспектів зручності його використання, перегляду, замовлення, каталогу, навігації, кольорової гама та ін. Подумати над тим, як можна було б модифікувати сайт або ж запропонувати альтернативну його «версію» (тобто, по суті уявити, як виглядав би цей самий обраний сайт, якби розроблявся саме Вами).

3. Тестові завдання:

1. Яких організаційних моделей електронних торговельних майданчиків не існує?

1	Сайт-каталог
2	Сайт-аукціон
3	Сайт-ринок
4	Сайт-біржа

2. Встановіть послідовність процедури створення Web-сайта:

1	А. Програмування Web-сайта
2	Б. Публікація Web-сайта в мережі
3	В. контроль та аналіз діяльності Web-сайта
4	Г. збір та аналіз інформації
5	Д. розробка дизайну і групування контенту
6	Е. просування Web-сайта

3. Які слова пропущені у реченні (визначенні).

... .. - комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-	(у бланку відповідей)
--	-----------------------

продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм)	подати двома словами)
--	-----------------------

4. Яке слово пропущене у реченні (визначенні).

... - можливість аналізу поведінки відвідувачів сайту та врахування його результатів при удосконаленні продукції, самого сайту і маркетингових заходів	(у бланку відповідей подати одним словом)
--	---

5. Система оплати товарів та послуг шляхом передавання числових даних від одного комп'ютера до іншого називається:

1	Електронні чеки
2	Електронні гроші
3	Дебетова платіжна система
4	Visa Travel Money

6. ... електронні торговельні майданчики створюються найчастіше великими підприємствами з метою максимального використання інформаційних комунікаційних технологій для поглиблення інтеграції зі своїми комерційними партнерами.

(у бланку відповідей вписати пропущене слово)

7. Основними напрямками оцінки ефективності електронної комерції є:

1	Економічний
2	Організаційний
3	Маркетинговий
4	Аналітичний
5	Адміністративний

8. За видами доступу до банківських послуг можна виділити такі різновиди Internet- банкінгу:

1	Телефонний банкінг
2	Комп'ютерний банкінг
3	Відеобанкінг
4	Мобільний банкінг

9. Встановити відповідність:

1. HTML	А. система «розмовних кімнат», так званих чатів
2. IRC	Б. мова розмітки гіпертекстових документів
3. Internet-пейджери	В. безкоштовні програми для безпосереднього спілкування у мережі

10. В електронному листі не можна застосовувати цифровий підпис та шифрування?

Так	Ні
-----	----

9. Методи навчання

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

Залежно від джерела знань: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в навчальній діяльності:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації.

9. Форми контролю

Відповідно до «Положення про екзамен та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України», затвердженого вченою радою НУБіП України 26.04.2023 року, протокол № 10, видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу і має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу, отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу розробляються лектором дисципліни і затверджується відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквиуму тощо, що можна оцінити чисельно.

Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни.

Семестровий екзамен - це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залік - це форма підсумкового контролю, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

Диференційований залік - це форма атестації, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння здобувачем вищої освіти програми виробничої практики, підготовки та захисту курсової роботи (проекту) .

Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамен та заліки відповідно до вимог робочого навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими навчальними програмами дисциплін.

Зміст екзаменів і заліків визначається робочими навчальними програмами дисциплін.

10. Розподіл балів, які отримують студенти.

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 26.04.2023 р. протокол № 10).

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$.

11. Методичне забезпечення

- Електронний навчальний курс з дисципліни <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2195>
- Рябчик А.В. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Електронна комерція» для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2021.

12. Рекомендована література

- Електронна комерція в Україні. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12748/1/Ivanova_134-155.pdf.
- Задорожний «Електронна комерція в Україні: дискусійні аспекти нормативно-правового регулювання» ISSN 1993-0240. Вісник Тернопільського національного економічного університету. № 1, 2017. С. 119–125.
- Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print>, № 1089-IX від 16.12.2020
- Задорожний «Електронна комерція в Україні: дискусійні аспекти нормативно-правового регулювання» ISSN 1993-0240. Вісник Тернопільського національного економічного університету. № 1, 2017. С. 119–125.
- Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print>.
- Костова Н.І., Фалес О.Г. Перспективи та новації електронної комерції в Україні. Часопис цивілістики. 2019. Вип. 32. С. 44–49.
- Тардаскіна Т.М. Електронна комерція : навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. С. 33.
- Балик У.О., Колісник М.В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2014. № 811: Логістика. С. 11–19.
- Гармідер Л.Д., Орлова А.В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції. Європейський вектор економічного розвитку. 2015. № 1(18). С. 58–65.
- Желіховський В.М. Правові засади електронної комерції в Україні : автореф. дис. канд. екон. наук: 12.00.07 «Адміністративне право і процес, фінансове право, інформаційне право». Київський національний університет внутрішніх справ. Київ, 2007. 22 с.

10. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
11. Трубін І.О. Правове регулювання електронної комерції в Україні. Науковий вісник Національної академії ДС України. 2007. № 2. С. 192–198.
12. Білий О. Господарсько-правова відповідальність за належну якість та безпеку товарів, що реалізуються у сфері електронної комерції. Юридичний вісник. 2016. № 3. С. 121–129.
13. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2015. № 2. С. 58–72.
14. Мельник О.В. Електронна комерція як складник електронного бізнесу. Рубрика: Сучасні інформаційні технології. URL: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronnakomertsiya-yak-skladova-chastina-elektronного-biznesu/>.
15. Артеменко Д.С., Бражник В.О. Проблеми правового регулювання електронної комерції. Молодий вчений. 2018. № 11(2). С. 780–783.
16. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г., Олексюк Л.В. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні. Економіка України. 2017. № 11. С. 73–84.
17. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. URL: <http://eur-lex.europa.eu>.
5. Костова Н.І., Фалес О.Г. Перспективи та новації електронної комерції в Україні. Часопис цивілістики. 2019. Вип. 32. С. 44–49.
6. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція : навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. С. 33.
7. Балик У.О., Колісник М.В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2014. № 811: Логістика. С. 11–19.
8. Гармідер Л.Д., Орлова А.В. Особливості розвитку вітчизняної електронної комерції. Європейський вектор економічного розвитку. 2015. № 1(18). С. 58–65.
9. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
10. Трубін І.О. Правове регулювання електронної комерції в Україні. Науковий вісник Національної академії ДС України. 2007. № 2. С. 192–198.
11. Білий О. Господарсько-правова відповідальність за належну якість та безпеку товарів, що реалізуються у сфері електронної комерції. Юридичний вісник. 2016. № 3. С. 121–129.
12. Резнікова В. Поняття, значення та перспективи правового забезпечення електронної комерції в Україні. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2015. № 2. С. 58–72.
13. Мельник О.В. Електронна комерція як складник електронного бізнесу. Рубрика: Сучасні інформаційні технології. URL: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronnakomertsiya-yak-skladova-chastina-elektronного-biznesu/>.
14. Артеменко Д.С., Бражник В.О. Проблеми правового регулювання електронної

комерції. Молодий вчений. 2018. № 11(2).С. 780–783.

15. Плєскач В.Л., Затоначька Т.Г., Олєксюк Л.В. Проблєми розвитуку електронної комерції в Україні. Економїка України. 2017.№ 11. С. 73–84.

17. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive

93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive

97/7/EC of the European Parliament and of the Council. URL: <http://eur-lex.europa.eu>.

18. Костова Н.І., Фалєс О.Г. Перспєктиви та новачїї електронної комерції в Україні. Часопис цивїлістики. 2019. Вип. 32. С. 44–49.

19. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція : навчальний посїбник / Тардаскіна Т.М., Стрєльчук Є.М., Терєшко Ю.В. Одєса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. С. 33.

20. Балїк У.О., Колїсник М.В. Електронна комерція як елємент систєми свїтового господарства. Вїсник Національного унїверситєту «Львївська полїтехнїка». 2014. № 811: Логїстика. С. 11–19.

21. Гармїдєр Л.Д., Орлова А.В. Особливостї розвитуку вїтчизняної електронної комерції. Європєйський вектор економїчного розвитуку. 2015. № 1(18). С. 58–65.

22. Жєлїховський В.М. Правовї засади електронної комерції в Україні : авторєф. дис. канд. екон. наук: 12.00.07 «Адмїністративне право і процес, фїнансовє право, їнформацийне право». Київський національний унїверситєт внутрїшнїх справ. Київ, 2007. 22 с.

23. Господарський кодекс України вїд 16 сїчня 2003 року № 436-IV. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

24. Трубїн І.О. Правове регулювання електронної комерції в Україні. Науковий вїсник Національної академїї ДС України. 2007. № 2. С. 192–198.

25. Бїлий О. Господарсько-правова вїдповїдальнїсть за належну якїсть та безпеку товарїв, що реалїзуютьсє у сферї електронної комерції. Юридичний вїсник. 2016. № 3. С. 121–129.

26. Рєзнїкова В. Поняття, значєння та перспєктиви правового забезпєчення електронної комерції в Україні. Теорїя і практика їнтєлектуальної власностї. 2015. № 2. С. 58–72.

27. Мєльник О.В. Електронна комерція як складник електронного бїзнесу. Рубрика: Сучаснї їнформацийнї технологїї. URL:<http://intkonf.org/melnik-ov-elektronnakomertsiya-yak-skladova-chastina-elektronного-biznesu/>.

28. Артеменко Д.С., Бражник В.О. Проблєми правового регулювання електронної комерції. Молодий вчений. 2018. № 11(2).С. 780–783.

29. Плєскач В.Л., Затоначька Т.Г., Олєксюк Л.В. Проблєми розвитуку електронної комерції в Україні. Економїка України. 2017.№ 11. С. 73–84.

30. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive

93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive

97/7/EC of the European Parliament and of the Council. URL: <http://eur-lex.europa.eu>.

13. Інформаційні ресурси

1. Наукові дослідження торгівлі на eBay - Журнал "Інформаційні технології. Аналітичні матеріали" - 17/02/2007 -<http://it.ridne.net/node/256>
2. Пошукова система Google (<http://www.google.com>)
3. Пошукова система Яндекс (<http://www.yandex.ru>)
4. Київський міський сервер (<http://kiev2000.com>)
5. ПриватБанк (<http://www.privatbank.ua>)
- 10.Платіжні Інтернет-системи: о Web Money Transfer (www.webmoney.ru), о UkrMoney (<http://www.ukrmoney.com.ua>), о Яндекс.Деньги (<http://money.yandex.ru>), о CyberPlat (<http://www.cyberplat.ru>), о Інтернет.Гроші (<http://www.imoney.com.ua>), о Міжбанківська система електронної доставки і оплати рахунків "ПОРТМОНЕ" (<http://www.portmone.com.ua>), о Національна система масових електронних платежів НСМЕП(<http://ansmer.com.ua>).
- 11.Лабораторія Касперського (<http://www.kaspersky.ru>)
12. Міжнародний валютний ринок FOREX (<http://www.x-trade.com.ua>)
- 13.Ecommerce PHP shopping cart software Shop-Script FREE (<http://www.script-shop.com.ua>).
14. Набор Web-Разработчика Денвер (<http://www.denwer.ru>)