

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра економічної теорії та економічних методів управління



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Інтернет технології та веб комунікації
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
(шифр і назва)
спеціальність - _____
(шифр і назва)
освітня програма «Бізнес економіка»
(шифр і назва)
спеціалізація 051 «Економіка»
(шифр і назва)
вид дисципліни вибіркова
(обов'язкова / за вибором)
факультет економічний

2025/ 2026 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою економічного факультету
Від “26” серпня 2025 року, протокол № 18

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: к.е.н., доцент Меленцова О.В. доцент закладу вищої освіти кафедри економічної теорії та економічних методів управління

Програму схвалено на засіданні кафедри економічної теорії та економічних методів управління

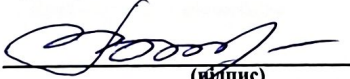
Протокол від “26” серпня 2025 року № 2

Завідувач кафедри економічної теорії та економічних методів управління

 Андрій ГРИЦЕНКО
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої освітньо-професійної програми
«Управлінська економіка»

Гарант освітньо-професійної програми «Управлінська економіка»

 Ганна КОЛОМІСЦЬ
(підпис) (прізвище та ініціали)

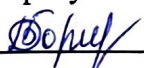
Програму погоджено науково-методичною комісією

Економічного факультету

назва факультету, для здобувачів вищої освіти якого викладається навчальна дисципліна

Протокол від “26” серпня 2025 року № 1

Голова науково-методичної комісії економічного факультету

 Дар’я ЗАГОРСЬКА
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма з навчальної дисципліни «Електронний бізнес та веб комунікації» складена відповідно до бакалаврської освітньо-професійної програми «Бізнес економіка» з напрямку підготовки 051 Економіка.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни: полягає у наданні студентам знань, навичок і розуміння сучасного електронного бізнесу та Інтернет-комунікацій.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни сформувані: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК14 Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

СК 7. Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

СК8. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудових відносин.

Програмні результати навчання

5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

10.Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

11.Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.

12.Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

1.3. Кількість кредитів 5 кредитів

1.4. Загальна кількість 150 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	
Семестр	
6-й	
Лекції	
30 год.	

Практичні, семінарські заняття	
15 год.	год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
105 год.	год.
у тому числі індивідуальні завдання	
год.	

1.6. Перелік компетентностей, що формує дисципліна Електронний бізнес та веб комунікації Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК2. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК3. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами.
- ЗК4. Інформаційно-цифрова компетентність — здатність ефективно працювати з інформацією, цифровими інструментами та веб-технологіями.
- ЗК5. Здатність працювати автономно та в команді.
- ЗК6. Здатність до творчого пошуку, інноваційного мислення та адаптації до нових умов цифрової економіки.

Фахові компетентності (ФК):

- ФК1. Розуміння сутності, принципів та інструментів електронного бізнесу.
- ФК2. Здатність аналізувати, проектувати та оцінювати бізнес-моделі в цифровому середовищі.
- ФК3. Здатність використовувати сучасні веб-технології для організації електронних комунікацій і маркетингу.
- ФК4. Здатність застосовувати інструменти електронної комерції, онлайн-платежів та CRM-систем.
- ФК5. Здатність до створення та підтримки ефективної цифрової присутності підприємства (сайти, соціальні мережі, контент-комунікації).
- ФК6. Здатність аналізувати ринкові процеси в умовах цифрової трансформації та визначати конкурентні переваги електронного бізнесу.
- ФК7. Розуміння правових, етичних і безпекових аспектів ведення бізнесу в Інтернеті.

1.7 . Перелік результатів навчання, що формує дисципліна «Електронний бізнес та веб-комунікації»

- РН1. Розуміє сутність, структуру та тенденції розвитку електронного бізнесу в умовах цифрової економіки.
- РН2. Уміє ідентифікувати основні моделі електронного бізнесу (B2B, B2C, C2C, G2B тощо) та оцінювати їх ефективність.
- РН3. Здатний застосовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології для ведення бізнес-процесів в онлайн-середовищі.
- РН4. Уміє створювати й підтримувати цифрову присутність підприємства через веб-сайти, соціальні мережі та інші онлайн-платформи.
- РН5. Здатний формувати й реалізовувати стратегії веб-комунікацій з клієнтами, партнерами та споживачами.
- РН6. Використовує інструменти електронної комерції, інтернет-маркетингу та аналітики для прийняття бізнес-рішень.

РН7. Уміє працювати з веб-аналітикою, системами CRM та іншими цифровими сервісами для підвищення ефективності бізнесу.

РН8. Ураховує правові, етичні та безпекові аспекти діяльності у сфері електронного бізнесу.

РН9. Здатний працювати в команді над розробленням і просуванням електронних бізнес-проектів.

РН10. Має навички самостійного навчання та адаптації до нових цифрових технологій і платформ у сфері бізнес-комунікацій.

1.8. Пререквізити дисципліни, що передують вивченню дисципліни Електронний бізнес та веб-комунікації

Для успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Електронний бізнес та веб-комунікації» студент повинен мати знання, уміння та навички, отримані під час вивчення таких навчальних дисциплін:

Інформаційні системи і технології в бізнесі — базові знання про інформаційні ресурси, цифрові технології та принципи їх використання у сфері економіки;

Маркетинг — розуміння ринкових механізмів, поведінки споживачів та інструментів просування товарів і послуг;

Менеджмент — знання основ управління бізнес-процесами та організаціями;

Економічна теорія (мікро- та макроекономіка) — знання закономірностей функціонування економічних систем;

Правознавство — розуміння правових аспектів підприємницької діяльності, включаючи електронну комерцію та захист персональних даних;

Основи підприємництва — навички організації та управління бізнесом, зокрема в цифровому середовищі.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції

Електронна комерція в інформаційному секторі економіки. Електронна комерція як навчальна дисципліна.

Е-бізнес і Е-комерція, загальні поняття. Електронний торговельний центр. Електронний підпис. Переваги Е-комерції. Засади створення систем Е-комерції. Офлайн-бізнес. Онлайн-бізнес. Бізнес-процес. Прямі продажі через Internet.

Використання технології Internet для внутрішніх потреб компанії. Загальні засади. Internet. Вплив специфіки національного бізнесу на Internet.

Тема 2. Електронна комерція як складова електронного бізнесу

Поняття електронної комерції. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Функціональні можливості, реалізовані системами електронної комерції. Форми та види електронної комерції. Організаційно-господарські питання розвитку електронної торгівлі. Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією. Види електронного бізнесу.

Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Internet-аукціони. Електронні моли. Електронні страхові послуги. Найпоширеніші послуги у сфері електронної комерції в Україні.

Тема 3. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet.

Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Internet породжує нові форми соціальної та економічної діяльності людей, Види підключення абонентів до Internet: Тимчасове IP-підключення. Постійне IP-підключення. На одному комп'ютері можуть одночасно функціонувати декілька програм-серверів, сервер електронної пошти,

сервер телеконференцій Принципи влаштування Інтернет. Найпоширеніші послуги Інтернет: WWW-послуга. FTP-послуга. Електронна пошта (E-mail). Інтернет-пейджери. Web-сайт. Класифікація Web-сайтів. Класифікація Web-сайтів здійснюється на базі цілої низки параметрів, які характеризують принципи роботи та призначення Web-сайту.

Тема 4. Система електронної комерції в корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернеті, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори, мобільна комерція.

Основні процеси здійснення електронної торгівлі в секторі B2B. Система управління закупівлями (e-procurement). Найбільш розповсюджені системи електронної комерції. Система управління закупівлями (e-procurement). E-procurement (електронне постачання, система управління закупівлями). визначення різних етапів електронних закупівель. Системи повного циклу супроводу постачальників та споживачів.

Корпоративні представництва в Інтернеті. Варіанти створення сайту компанії. Сайт-візитка. Сайт-буклет або презентаційний сайт компанії. Промо-сайт. Сайт-вітрина (Інтернет-вітрина, веб-вітрина). Сайт Інтернет-магазину. Внутрішнє робоче середовище. Бізнес-портал. Корпоративний клієнт. Корпоративний сайт. Корпоративний інформаційний портал. Торговельні концентратори.

Віртуальні підприємства. Особливості віртуальних підприємств. Основні функції управління віртуальним підприємством як мережею партнерів. Переваги та недоліки віртуальних підприємств. Принципи віртуальних організаційних форм.

Інтернет-інкубатори. Види інтернет-інкубаторів. Венчурні інкубатори – найбільш поширений вид Інтернет-інкубатора Основні функціональні системи венчурного інкубатора. Інфраструктура розвитку і реалізації проєктів. Структура основних функціональних систем венчурного інкубатора: венчурний акселератор, венчурний портал, мережеві інкубатори, вертикальні або галузеві інкубатори, закриті інкубатори.

Мобільна комерція. Поняття мобільної комерції. Використання технологій мобільної комерції,

Тема 5. Електронні платіжні системи (залучений фахівець).

Види електронних систем взаєморозрахунків. Роль та значення платіжних систем відповідно до характеру здійснюваних платежів. Платіжні системи поділяються на: внутрішньодержавна платіжна система, міжнародна платіжна система. Правила внутрішньодержавної платіжної системи та міжнародної платіжної системи. Система електронних платежів Національного банку України (СЕП.) Загально-державна платіжна система.

Пластикові карти. Класифікація пластикових карт. Дебетові Карти. кредитні. Дебетна-кредитна карта. Корпоративні карти. Сімейні карти. Револьверна карта. Поділ за способом запису інформації на карту. Карти з кодуванням на магнітній смужі. Карти з мікропроцесором, або смарт-картки. Безконтактні карти. Приватні карти.

Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті. Здійсненні платежів через Internet з допомогою кредитних карток. *Дебетовий* переказ. Варіанти організації транспорту транзакцій за пластиковими картами через мережу Інтернет. Прийом платежів безпосередньо продавцем. Прийом платежів через платіжну систему Інтернету. Прийом платежів через білінгову компанію.

Електронні гроші. Еквайринг. Віртуальний (цифровий, електронний) гаманець. Типи електронних гаманців. Переваги використання електронних грошей. Недоліки електронних грошей. Вимоги платіжної системи. Конфіденційність. Цілісність інформації. Аутентифікація. Авторизація. Безпека. Підтримка широкого спектра платіжних інструментів. Мінімізація собівартості транзакції. Можливість стороннього арбітражу й аудиту.

Тема 6. Реклама в електронній комерції.

Банерна реклама. Поняття та види банерів. Контекстна реклама. Контекстна реклама в пошукових системах. Контекстна реклама на тематичний сайтах. Основні методи Банерної реклами. Використання спеціальних служб обміну Банерів (Banner Exchange Services). Показники оцінки ефективності банерної реклами. Кількість показів банера. Кількість проходів (відгуків). Вартість залучення на сервер одного відвідувача. Переваги і недоліки Банерних мереж. Географічний таргетинг. Часовий таргетинг. Показ реклами унікальним користувачам. Орієнтування за статевою приналежністю, віком, захопленням. Таргетинг за темою і мовною приналежністю сайту.

Е-mail реклама. Вірусний маркетинг. Метод *opt-out*. Переваги е-mail- реклами. ефективних методів використання е-mail в якості реклами, які не порушують етику поведінки у мережі Інтернет. Індивідуальні листи Списки розсилання. Дискусійні листи. Спам. Вірусний маркетинг. Основні принципи, які необхідно враховувати при розробці стратегії вірусного маркетингу. Варіанти реалізації методів вірусного маркетингу.

Методи аналізу ефективності Інтернет-реклами. Збір статистичних даних технологічним моніторингом (логи-файли серверу, лічильники відвідувань). Одержання даних від Web-видавців (графік та вид розміщення реклами, показники AD Exposure, AD Reach, AD Frequency, AD Impression, CTR) соціологічні опитування серед користувачів Інтернету. Одержання додаткових даних про відвідувачів. За обробкою даних, стосовно рівня відвідування сайту, лічильники відвідувань діляться на: лічильники відвідувань, які встановлені на окремо взятій сторінці, лічильники відвідувань, розташовувані на усіх сторінках сайту. Напрямки оцінки ефективності реклами: комунікативна (інформаційна) ефективність реклами, економічна ефективність реклами. Основний критерій комунікативної ефективності реклами є індекс поінформованості AW. Індекс поінформованості. Аналіз ефективності Інтернет-реклами. Фіксована плата за рекламу (FFA). Етичні проблеми Інтернет-реклами. Масова розсилання поштових повідомлень користувачам. Індивідуальні повідомлення. Етичні проблеми Інтернет-реклами: з боку власників сайтів та з боку користувачів.

Ринок Інтернет-реклами в Україні. Обсяг ринку медійної інтернет-реклами України. Частки сегментів медійної інтернет-реклами. Розрахунок вартості реклами в Інтернеті.

Тема 7. Правові засади функціонування е-комерції.

Основи законодавчого регулювання електронної комерції. Право на інформацію в електронному вигляді. Інформаційна безпека.. Електронні угоди. Зміст інформації. Поведінка користувачів Інтернету. Право електронної комерції. Закон України "Про електронну комерцію". Поява нових термінів: електронна комерція, електронна торгівля, інтернет-магазин, електронний товар, електронний правочин. Закон прирівнює електронну форму правочинів до письмової форми. Закон установлює правовий статус продавця та покупця. Міжнародний досвід правового регулювання електронної комерції. Поряд з перевагами електронної торгівлі, наявні й потенційні ризики, серед яких: ухилення від податків, шахрайство, порушення прав інтелектуальної власності і т. ін.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

Теми 1-4												
Разом за темами	75	15	8			53						
Теми 5-7												
Разом за темами	75	15	7			52						
Усього годин	150	30	15			105						

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 2. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	4
2	Тема 3. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet	4
3	Тема 4. Система електронної комерції в корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернеті, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори, мобільна комерція.	4
4	Тема 6. Реклама в електронній комерції.	3
5	РАЗОМ	15

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Тема 2. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	16
2	Тема 3. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet.	16
3	Тема 4. Система електронної комерції в корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернеті, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори, мобільна комерція.	15
4	Тема 5. Електронні платіжні системи (залучений фахівець).	15
5	Індивідуальне завдання	43
6	РАЗОМ	105

6. Самостійне завдання

Відсутнє.

7. Методи навчання

Методи навчання дисципліни "Інтелектуальна власність" для магістрантів спрямовані на всебічне оволодіння студентами теоретичними та практичними аспектами права інтелектуальної власності, що охоплює правовий захист, використання та комерціалізацію об'єктів інтелектуальної діяльності. Навчальний процес орієнтований на розвиток у студентів навичок самостійного аналізу, розробки та впровадження стратегій захисту інтелектуальних прав. Основні методи навчання включають:

- 1. Лекційно-аналітичний метод.** Лекції мають на меті забезпечити студентів фундаментальними знаннями про поняття та види інтелектуальної власності, механізми її захисту, міжнародне та національне законодавство в цій сфері. Під час лекцій розглядаються ключові правові інститути, зокрема авторське право, патентне право, захист торгових марок, промислових зразків та комерційної таємниці. Аналітичні завдання, що супроводжують лекційний матеріал, стимулюють студентів до самостійного дослідження правових проблем.
- 2. Метод правових кейсів.** Студенти вивчають реальні або змодельовані правові випадки, пов'язані з порушенням прав інтелектуальної власності, зокрема у галузях науки,

технологій, мистецтва та бізнесу. Використання кейс-методу дозволяє студентам розвивати практичні навички аналізу правових конфліктів, розробки юридичних стратегій захисту прав та судового захисту інтелектуальних прав.

3. **Проектна робота.** Магістранти працюють над розробкою конкретних практичних проєктів, пов'язаних з охороною та комерціалізацією інтелектуальної власності. Це можуть бути аналіз патентного портфеля компанії, розробка політики управління інтелектуальними активами або план дій для правового захисту торгової марки. Такий підхід сприяє формуванню у студентів практичних навичок юридичної практики в галузі інтелектуальної власності.

4. **Метод моделювання судових процесів.** Імітація судових засідань або адміністративних слухань щодо спорів про права інтелектуальної власності надає студентам можливість взяти на себе роль адвокатів, суддів або інших учасників процесу. Це дозволяє відпрацювати навички юридичної аргументації, представлення інтересів сторін, підготовки правових документів та прийняття рішень.

5. **Науково-дослідницький метод.** Магістранти виконують наукові дослідження у галузі інтелектуальної власності, вивчаючи її роль в економічному розвитку, вплив на інноваційну діяльність та міжнародне співробітництво. Підготовка наукових статей або звітів, що аналізують окремі аспекти правового регулювання інтелектуальних прав, сприяє глибшому розумінню проблематики та підвищенню дослідницької компетентності студентів.

6. **Дискусії та круглі столи.** Студенти беруть участь в обговореннях актуальних проблем захисту інтелектуальних прав, таких як цифровізація, порушення авторських прав в інтернеті, патентні війни тощо. Це сприяє розвитку критичного мислення та вмінню відстоювати свою позицію в правовому полі, оперуючи юридичними аргументами та аналізуючи різні підходи до вирішення проблем.

7. **Самостійна робота.** Самостійне вивчення джерел, законодавчих актів, міжнародних конвенцій та судової практики дозволяє студентам поглиблювати знання з права інтелектуальної власності. Виконання письмових завдань, таких як написання рефератів, есе або аналітичних звітів, сприяє розвитку навичок наукового письма та критичного аналізу.

8. **Практичні семінари.** Семінари, що супроводжуються практичними вправами, надають студентам можливість відпрацьовувати процедури реєстрації інтелектуальних прав, підготовки патентних заявок, аналізу ліцензійних угод та складання юридичних документів, пов'язаних з охороною прав інтелектуальної власності.

Таким чином, поєднання різних методів навчання спрямоване на забезпечення всебічного оволодіння студентами знаннями та навичками у сфері інтелектуальної власності, що дозволяє їм стати висококваліфікованими фахівцями.

8. Методи контролю

Поточний контроль:

1. Тестування (онлайн)
2. Контрольні роботи / вправи
3. Домашні завдання
4. Практичні роботи / лабораторні
5. Участь у семінарах / дискусіях
6. Кейс-стаді / проєктні завдання
7. Реферати / аналітичні записки
8. Онлайн опитування / вікторини (Kahoot, Quizlet, Google Forms)

Підсумковий контроль:

9. Проміжний / семестровий тест

10. Екзамен (усно або письмово)
11. Залік
12. Презентація / захист проекту
13. Комплексне тестування / іспит у формі кейсу
14. Практичний іспит

Додаткові методи:

15. Портфоліо / е-портфоліо
16. Самооцінка
17. Тематичні опитування / усні відповіді

9. Схема нарахування балів

Приклад для підсумкового семестрового контролю при проведенні семестрового екзамену або залікової роботи

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Екзамен (залікова робота)	Сума
Розділ 1	Розділ 2	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Індивідуальне завдання	Разом		
T1-T4	T5-T7		Створення/оптимізація сайту			
20 балів (мін. 10)	20 балів (мін. 10)		20 балів	60 балів	40 балів	100 балів

T1, T2 ... – теми розділів.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Критерії оцінювання роботи студента протягом семестру:

Задовільно (60-74). Несистематичне відвідування занять. Відсутність на заняттях без поважних причин. Не достатньо висока активність студентів під час аудиторних занять. Засвоєння окремих положень змістового модулю. Неповні відповіді, допущення помилок при розв'язанні задач. Не достатнє знання категорій господарського права. Певні складності при застосуванні нормативних актів з господарського законодавства. Невпевнені навички публічного представлення матеріалу. Показати мінімум знань та умінь.

Добре (75-89). Систематичне відвідування аудиторних занять, відсутність пропусків занять без поважних причин. Достатньо висока активність студента під час аудиторних занять, наявність конспекту лекцій з навчальної дисципліни. Засвоєння основних положень тем змістових модулів, допущення незначних помилок при розв'язанні задач, уміння орієнтуватися у системі нормативних актів з господарського законодавства, обізнаність із постановами та роз'ясненнями вищих судових інстанцій. Засвоєння категорій господарського права та здатність коректно оперувати ними. Здатність публічно представити матеріал.

Відмінно (90-100). Систематичне відвідування аудиторних занять, відсутність пропусків занять без поважних причин. Висока активність роботи під час аудиторних занять (лекційних, семінарських, практичних робіт), наявність якісного, повного конспекту лекцій. Засвоєння всього матеріалу тем змістового модулю. Повні та обґрунтовані відповіді при розв'язанні задач. Знання категорій господарського права та здатність вільно та коректно оперувати ними. Вміння опрацьовувати та застосовувати нормативні акти господарського законодавства. Обізнаність із постановами та роз'ясненнями вищих судових інстанцій. Вміння мислити узагальнено, здатність публічно представляти матеріал.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

10 Рекомендована література

1. Business Communication for Success (Scott McLean). 2025. [<https://open.lib.umn.edu/businesscommunication/>]
2. Electronic Commerce: The Strategic Perspective (Richard T. Watson et al.). 2024. <https://opentextbc.ca/electroniccommerce/>
3. Communication for Business Success (LibreTexts). 2025. https://biz.libretexts.org/Bookshelves/Business/Business_English_and_Communication/Communication_for_Business_Success_%28LibreTexts%29
4. Introduction to e-Business: Management and Strategy. 2023 <https://engineering.futureuniversity.com/BOOKS%20FOR%20IT/Introduction%20to%20e-Business%20Management%20and%20Strategy.pdf>
5. Essentials of Business Communication (Mary Guffey). 2022 <https://www.cag.edu.tr/uploads/site/lecturer-files/mary-guffey-essentials-of-business-communication-2016-yzss.pdf>
6. Electronic Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. 2021. <https://www.igi-global.com/book/electronic-business-concepts-methodologies-tools/318>
7. Electronic Business & Commerce (Michael Chesher et al.). 2022. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4471-0077-5>

Основні нормативні акти:

- Конституція України від 28.06.1996 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141;

закони:

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003 р. №№ 40-44. Ст.356.
2. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-14 *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 25/26. Ст. 131.
3. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон УРСР від 07.12.1984 р. № 8073-X (в редакції від 28.08.2018 р.) URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>. (дата звернення: 20.06.2019).
4. Про інформацію: закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-12 (в редакції від 01.07.2017 р.) URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 20.06.2019).
5. Про охорону права на знаки для товарів та послуг: закон України від 15.12.1993 № 3689-XII URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3689-12> (дата звернення: 20.06.2019).
6. Про охорону права на промислові зразки: закон України від 15.12.1993 № 3688-XII

URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3688-12> (дата звернення: 20.06.2019).

7. Про охорону прав на зазначення походження товарів: закон України від 16.06.1999 р. № 752-XIV URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/752-14> (дата звернення: 20.06.2019).

8. Про рекламу: закон України від 3 липня 1996 року від № 270/96-ВР (в редакції від 26.07.2018 р.) URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 20.06.2019).

9. Про телебачення і радіомовлення: закон України від 21 грудня 1993 року № 3759-XII (в редакції від 04.11.2018 р.) URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (дата звернення: 20.06.2019).

10. Закон України “Про захист інформації в інформаційно- телекомунікаційних системах” від 31.05.2005 № 2594-IV.

11. Закон України “Про електронні документи та електронний документообіг” від 22.05.2003.

12. Закон України “Про електронний цифровий підпис” від 22.05.2003. 12. Положення про електронні гроші в Україні : Постанова № 481 Правління

13. Національного банку України від 04.11.2010. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1336-10&p=1298665735222318>

11. Інтернет-ресурси:

1. <http://portal.rada.gov.ua> – офіційний сайт Верховної Ради України
2. <http://www.president.gov.ua> – офіційне Інтернет представництво Президента України
3. <http://www.kmu.gov.ua/control> – єдиний веб-портал органів виконавчої влади України
4. <http://www.scourt.gov.ua> – інформаційний сервер Верховного Суду України
5. <http://www.ccu.gov.ua/pls/wccu/indx> – офіційний веб-сайт Конституційного Суду України
6. <http://www.vasu.gov.ua> – офіційний веб-сайт Вищого адміністративного суду України
7. <http://www.arbitr.gov.ua> – офіційне Інтернет представництво Вищого господарського суду України