

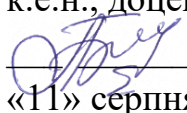
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

Кафедра економіки і бізнесу

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП «Підприємництво та
бізнес-технології»
доц. Болтянська Л.О.
«11» серпня 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри,
к.е.н., доцент
 Лариса БОЛТЯНСЬКА
«11» серпня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронна комерція»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
за ОПП «Підприємництво та бізнес-технології»
(на основі повної загальної середньої освіти)
факультет економіки та бізнесу

2025 – 2026 н. р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» за ОПП «Підприємництво та бізнес-технології» (на основі повної загальної середньої освіти). Запоріжжя, ТДАТУ. 2025. 14 с.

Розробник: Лисак О.І., к.е.н., доцент

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри економіки і бізнесу

Протокол № 1 від «11» серпня 2025 року

Завідувач кафедри економіки і бізнесу

к.е.н., доцент  Лариса БОЛТЯНСЬКА

11 серпня 2025 року

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність , ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 5	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (шифр і назва)	обов’язкова	
Загальна кількість годин – 150 годин	Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		2, 1с	3, 1-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 5 год. самостійна робота студента – 10 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	20 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	30 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	100 год.
		Форма контролю: екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Електронна комерція» є формування у здобувачів вищої освіти системних знань, практичних навичок та компетентностей, необхідних для організації, ведення та розвитку бізнесу в електронному середовищі. Дисципліна спрямована на опанування принципів функціонування електронної комерції, сучасних технологічних рішень, інструментів цифрового маркетингу, методів аналітики та оптимізації онлайн-продажів, а також правових та етичних аспектів діяльності у сфері e-commerce.

Завдання курсу - формування у здобувачів цілісного розуміння принципів функціонування електронної торгівлі, оволодіння сучасними технологічними рішеннями та інструментами просування онлайн-бізнесу, а також розвиток практичних навичок створення, організації та оптимізації електронної комерційної діяльності. У процесі навчання студенти ознайомлюються з видами та моделями e-commerce, технологічною інфраструктурою, платіжними системами та принципами кібербезпеки. Значна увага приділяється вивченню інструментів цифрового маркетингу, аналітики та управління клієнтським досвідом, що дозволяє майбутнім фахівцям ефективно працювати з аудиторією та підтримувати конкурентоспроможність бізнесу в онлайн-середовищі. Важливою складовою є формування правової та етичної обізнаності у сфері електронної комерції, зокрема щодо захисту персональних даних, прав споживачів та інтелектуальної власності.

Результати навчання (з урахуванням soft skills)

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях

ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

Фахові компетентності

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

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур.

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

Програмні результати навчання

РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва і торгівлі.

РН 14. Застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій та торговельній діяльності.

РН 23. Демонструвати вміння застосовувати креативний підхід та критичне мислення у процесі здійснення досліджень та навички використання цифрових технологій для створення презентаційних матеріалів за результатами досліджень.

РН 24. Демонструвати вміння обґрунтовувати вибір способів застосування сучасних бізнес-технологій з урахування умов ведення бізнесу.

Soft skills для дисципліни «Електронна комерція»:

Комунікативні навички: ефективна взаємодія зі споживачами та партнерами, ділове листування, переговори, конструктивне вирішення конфліктів, побудова партнерських відносин.

Публічні виступи: представлення e-commerce проєктів, проведення презентацій онлайн та офлайн.

Керування часом: планування і виконання завдань у строк, пріоритезація в умовах багатозадачності.

Гнучкість і адаптивність: швидка реакція на зміни ринку, аналіз ситуацій, впровадження інновацій.

Лідерські якості: постановка цілей, планування, координація роботи команди, ухвалення рішень.

Особисті якості: креативне та критичне мислення, етичність, відповідальність, повага до інших.

Міждисциплінарні зв'язки з урахуванням структурно-логічної схеми ОПП «Підприємництво та бізнес-технології».

Перелік навчальних дисциплін, знання з яких потрібні для вивчення освітньої компоненти Електронна комерція: «Інформаційні системи та технології в економіці», «Іміджологія та PR-процеси», «Статистика», «Дослідження ринку».

Перелік навчальних дисциплін, вивчення яких у подальшому базується на матеріалі освітньої компоненти Електронна комерція: «Дослідження ринку», навчальна практика з основ підприємництва.

3 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади та інфраструктура електронної комерції

Тема 1. Теоретичні засади та напрями розвитку електронної комерції.

Визначення електронної комерції, її місце у структурі сучасної економіки. Історія розвитку та етапи еволюції e-commerce у світі та в Україні. Основні типи електронної комерції: B2B, B2C, C2C, C2B, G2C та ін. Переваги та недоліки e-commerce для бізнесу і споживачів. Вплив електронної комерції на глобалізацію та трансформацію ринків. Сучасні тренди: мобільна комерція, соціальна комерція, омніканальні стратегії, використання штучного інтелекту. Прогноз розвитку електронної комерції у найближчі роки.

Тема 2. Моделі та стратегії в електронній комерції.

Поняття бізнес-моделі в електронній комерції. Платформи як стратегічна модель організації бізнесу. Основні бізнес-моделі e-commerce: прямий продаж, маркетплейси, підписка, freemium, dropshipping, D2C. Стратегії зростання та розвитку онлайн-бізнесу. Canvas Business Model як інструмент моделювання та планування бізнесу в цифровому середовищі: структура, дев'ять блоків, приклади застосування.

Тема 3. Технологічна інфраструктура електронної комерції.

Основні елементи технічної бази онлайн-бізнесу: CMS, CRM, API, хостинг, домен. Хмарні сервіси та інструменти автоматизації бізнес-процесів. Інтеграція e-commerce з логістичними, платіжними та маркетинговими сервісами. Приклади технологічних стеків для малого, середнього та великого бізнесу. Роль технологічної інфраструктури у забезпеченні стабільності та масштабованості електронного бізнесу.

Тема 4. Платіжні системи та безпека в електронній комерції.

Види платіжних систем: банківські картки, електронні гаманці, мобільні платежі. Механізм роботи платіжних шлюзів та інтеграція з інтернет-магазином. Стандарти безпеки (PCI DSS) та захист персональних даних. Кіберзагрози та способи їх запобігання. Міжнародні стандарти та директиви: PSD2, GDPR. Правові аспекти здійснення електронних транзакцій в Україні та світі.

Тема 5. Логістика та управління замовленнями в електронній комерції

Організація складського господарства та управління запасами в електронній комерції. Особливості доставки: власна кур'єрська служба, поштові оператори, логістичні компанії. Автоматизація процесів формування та обробки замовлень. Обробка реклаमाцій та управління поверненнями. Інноваційні рішення в e-commerce логістиці: дрони, роботизовані комплекси, автоматизовані сортувальні лінії.

Змістовий модуль 2. Інструменти цифрової торгівлі та просування в електронному середовищі

Тема 6. Створення інтернет-магазину.

Вибір платформи для e-commerce: CMS (WordPress, OpenCart), SaaS-рішення (Shopify, Wix), власна розробка. Етапи створення інтернет-магазину: від формування ідеї та вибору ніші до запуску проєкту. Основи вебдизайну та юзабіліті: структура сайту, адаптивність, швидкість завантаження, зручність для користувачів. Технічні вимоги та функціональні модулі сучасного інтернет-магазину: кошик, каталог, фільтри, система пошуку, особистий кабінет клієнта.

Тема 7. Цифровий маркетинг для електронної комерції.

SEO-оптимізація: основи, внутрішня та зовнішня оптимізація, ключові слова, аналітика пошукового трафіку. Контекстна реклама (Google Ads, Bing Ads) та таргетована реклама у соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok). Email-маркетинг та месенджер-маркетинг: сегментація бази, автоматизація розсилок, створення персоналізованих пропозицій. Контент-маркетинг: блоги, відео, соціальні мережі, інфлюенсер-маркетинг.

Тема 8. Аналітика та оптимізація в електронній комерції.

Основи веб-аналітики: Google Analytics, Meta Pixel. Ключові показники ефективності e-commerce: конверсія, середній чек, довічна цінність клієнта (LTV), вартість залучення клієнта (CAC). Використання A/B тестування для покращення показників продажу. Оптимізація конверсій (CRO) через UX/UI зміни. Аналіз поведінки користувачів і прийняття рішень на основі даних.

Тема 9. Взаємодія з клієнтами та управління репутацією.

Організація клієнтської підтримки: онлайн-чати, гарячі лінії, CRM-системи. Методи швидкого реагування на запити та скарги. Робота з відгуками, управління онлайн-репутацією. Розробка та впровадження програм лояльності для підвищення повторних продажів. Використання соціальних медіа як каналу комунікації та продажу.

Тема 10. Правові та етичні аспекти електронної комерції.

Законодавча база України у сфері електронної комерції (Закон України «Про електронну комерцію», «Про захист прав споживачів»). Міжнародні стандарти захисту персональних даних (GDPR) та особливості їх імплементації в Україні. Політика конфіденційності та умови використання онлайн-платформ. Авторське право та захист інтелектуальної власності в цифровому середовищі. Етичні стандарти ведення бізнесу в інтернеті.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк	лаб	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. «Теоретичні засади та інфраструктура електронної комерції»							
1	Лекція 1	Теоретичні засади та напрями розвитку електронної комерції	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 1	Теоретичні засади та напрями розвитку електронної комерції	-	-	2		3
	Самостійна робота 1	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
2	Лекція 2	Моделі та стратегії в електронній комерції	2				
	Практичне заняття 2	Моделі та стратегії в електронній комерції	-		4		3
	Самостійна робота 2	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
3	Лекція 3	Технологічна інфраструктура e-commerce	2				
	Практичне заняття 3	Технологічна інфраструктура e-commerce	-		2		3
	Самостійна робота 3	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
4	Лекція 4	Платіжні системи та безпека в електронній комерції	2		-		
	Практичне заняття 4	Платіжні системи та безпека в електронній комерції	-		4		3
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-		-	8	2
5	Лекція 5	Логістика та управління замовленнями в e-commerce	2				
	Практичне заняття 5	Логістика та управління замовленнями в e-commerce	-		2		3
	Самостійна робота 5	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
6-7	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I				10	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I	-				10
Всього за змістовий модуль 1 – 74 год.			10	0	14	50	35
Змістовий модуль 2. «Інструменти цифрової торгівлі та просування в електронному середовищі»							
8	Лекція 6	Створення інтернет-магазину	2				
	Практичне заняття 6	Створення інтернет-магазину			4		3
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на ОП				8	2
9	Лекція 7	Цифровий маркетинг для електронної комерції	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 7	Цифровий маркетинг для електронної комерції	-	-	2		3

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк	лаб	пр.	СРС	
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
10	Лекція 8	Аналітика та оптимізація в електронній комерції	2				
	Практичне заняття 8	Аналітика та оптимізація в електронній комерції	-		4		3
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
11	Лекція 9	Взаємодія з клієнтами та управління репутацією	2				
	Практичне заняття 9	Взаємодія з клієнтами та управління репутацією	-		2		3
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
12	Лекція 10	Правові та етичні аспекти електронної комерції	2				
	Практичне заняття 10	Правові та етичні аспекти електронної комерції	-		4		3
	Самостійна робота 10	Виконання практичних завдань, робота на ОП	-			8	2
13-14	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				10	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II	-				10
Всього за змістовний модуль 2 – 76 год.			10	0	16	50	35
Екзамен							30
Всього з навчальної дисципліни – 150 год.			20	0	30	100	100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції.
2. Відмінності між електронним та традиційним бізнесом.
3. Переваги та недоліки електронної комерції для бізнесу.
4. Переваги та недоліки електронної комерції для споживачів.
5. Історія розвитку електронної комерції у світі.
6. Етапи становлення електронної комерції в Україні.
7. Основні види електронної комерції: B2B, B2C, C2C, C2B, G2C.
8. Мобільна комерція: сутність та перспективи.
9. Соціальна комерція: визначення та приклади.
10. Омніканальні стратегії в e-commerce.
11. Використання штучного інтелекту в електронній комерції.
12. Вплив електронної комерції на глобалізацію ринків.
13. Прогнози розвитку електронної комерції на найближчі роки.
14. Поняття бізнес-моделі в e-commerce.
15. Класифікація бізнес-моделей у електронній комерції.
16. Модель прямого продажу в e-commerce.
17. Модель маркетплейсу: особливості та приклади.
18. Модель підписки (subscription model).
19. Модель freemium: суть та застосування.
20. Dropshipping як модель бізнесу в e-commerce.
21. Direct-to-Consumer (D2C) модель: переваги та недоліки.
22. Платформи як стратегічна модель організації бізнесу.
23. Стратегії зростання онлайн-бізнесу.
24. Business Model Canvas: структура та призначення.
25. Дев'ять блоків Canvas-моделі та їх зміст.
26. Приклади застосування Business Model Canvas у цифровому бізнесі.
27. Поняття технологічної інфраструктури e-commerce.
28. CMS: призначення та популярні приклади.
29. CRM: функції та роль у e-commerce.
30. API: поняття та приклади використання.
31. Хостинг та домен: основні характеристики.
32. Хмарні сервіси в електронній комерції.
33. Інтеграція e-commerce з платіжними сервісами.
34. Інтеграція e-commerce з логістичними сервісами.
35. Інтеграція e-commerce з інструментами маркетингу.
36. Поняття платіжної системи та її види.

- 37.Банківські картки як інструмент онлайн-оплати.
- 38.Електронні гаманці: принцип роботи та приклади.
- 39.Мобільні платежі: сутність та переваги.
- 40.Принцип роботи платіжного шлюзу.
- 41.Стандарт PCI DSS: призначення та вимоги.
- 42.Захист персональних даних у e-commerce.
- 43.Міжнародні стандарти та директиви (PSD2, GDPR).
- 44.Основні кіберзагрози в електронній комерції.
- 45.Логістика в e-commerce: основи організації та інновації.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Поняття інтернет-магазину та його роль в e-commerce.
2. Вибір платформи для створення інтернет-магазину: CMS, SaaS, власна розробка.
3. Переваги та недоліки CMS-платформ.
4. Переваги та недоліки SaaS-рішень для e-commerce.
5. Основні етапи створення інтернет-магазину.
6. Вимоги до структури та юзабіліті інтернет-магазину.
7. Адаптивний дизайн: значення та приклади.
8. Функціональні модулі інтернет-магазину (кошик, каталог, фільтри, пошук, особистий кабінет).
9. Основи пошукової оптимізації (SEO).
- 10.Внутрішня SEO-оптимізація: ключові елементи.
- 11.Зовнішня SEO-оптимізація: принципи та методи.
- 12.Контекстна реклама: визначення та приклади.
- 13.Таргетована реклама у соціальних мережах: види та особливості.
- 14.Email-маркетинг: цілі, переваги та етапи реалізації.
- 15.Месенджер-маркетинг: інструменти та приклади.
- 16.Контент-маркетинг: визначення та роль у просуванні.
- 17.Використання відеоконтенту у e-commerce.
- 18.Інфлюенсер-маркетинг: можливості та ризики.
- 19.Основи веб-аналітики в e-commerce.
- 20.Google Analytics: призначення та основні метрики.
- 21.Meta Pixel (Facebook Pixel): принцип роботи та застосування.
- 22.Ключові показники ефективності e-commerce (конверсія, середній чек, LTV, SAC).
- 23.А/В тестування: призначення та методика проведення.

24. Оптимізація конверсії (CRO) через UX/UI зміни.
25. Аналіз поведінки користувачів на сайті.
26. Інструменти збору та аналізу даних у e-commerce.
27. Організація клієнтської підтримки в онлайн-середовищі.
28. Онлайн-чати та чат-боти як інструменти підтримки клієнтів.
29. CRM-системи у взаємодії з клієнтами.
30. Принципи управління онлайн-репутацією.
31. Робота з відгуками клієнтів у e-commerce.
32. Програми лояльності: види та значення.
33. Соціальні мережі як канал продажу та комунікації.
34. Закон України «Про електронну комерцію»: ключові положення.
35. Закон України «Про захист прав споживачів» у сфері e-commerce.
36. Політика конфіденційності: зміст та вимоги.
37. Захист персональних даних у відповідності до GDPR.
38. Авторське право в інтернеті: основні положення.
39. Інтелектуальна власність у цифровому середовищі.
40. Етичні стандарти ведення бізнесу в інтернеті.
41. Міжнародні норми та регламенти у сфері e-commerce.
42. Особливості виходу українських e-commerce компаній на міжнародні ринки.
43. Ризики та проблеми ведення бізнесу в інтернеті.
44. Тенденції розвитку цифрового маркетингу.
45. Перспективи розвитку електронної комерції в умовах глобалізації.

6 МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, які використовуються в процесі проведення лекційних та практичних занять з навчальної дисципліни «Електронна комерція»:

- лекції з використанням мультимедійних презентацій, проблемного та інтерактивного викладання;
- робота в малих групах та командні проєкти;
- розв'язування ситуаційних завдань і бізнес-кейсів, моделювання реальних умов електронної комерції;
- дискусії та «мозкові штурми» для пошуку рішень;
- виконання практичних завдань з використанням сучасних цифрових інструментів e-commerce;
- самостійне опрацювання матеріалу з подальшим обговоренням результатів на заняттях.

7 НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА

З курсу «Електронна комерція» для забезпечення можливості неформальної освіти передбачено проходження онлайн-курсу від Google у складі сертифікаційної програми «Цифровий маркетинг і електронна комерція». 4 модулі (маркетингова воронка, стратегії, аналітика й ін.).

Пройдений онлайн-курс «Цифровий маркетинг і електронна комерція» на платформі Coursera дозволяє викладачу зарахувати такі теми самостійної роботи (до ПМК 2):

Цифровий маркетинг для електронної комерції

Аналітика та оптимізація в електронній комерції

Покликання на курс:

https://www.coursera.org/learn/foundations-of-digital-marketing-and-e-commerce-ua?utm_source=chatgpt.com .

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Електронний бізнес. Навчальний посібник. / Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Київ: ДУТ, 2018. 292 с.
2. Електронна комерція [Текст]: навч. посібник / С. А. Дrajниця. Львів: Новий світ-2000, 2021. 184 с
3. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 – Менеджмент / М. Ю. Карпенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
4. Краус К.М. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навч.-метод. посіб. / К. М. Краус, Н. М. Краус, О. В. Манжура. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 456 с
5. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Царьов Р.Ю. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2020. 112 с.

Допоміжна

6. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 668 с.
7. Практикум з економіки підприємства: електр. навч. посіб. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. 2018. 244 с.
8. Від ідеї до власної справи: Навч. посібник. /А.С. Коноваленко, Л.О. Болтянська, Д.М. Трачова та інші. Мелітополь.: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017. 278 с.

9. 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.
10. Інноваційні методи інтернет-торгівлі / О.І. Лисак, В.М. Тебенко// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2020. № 2 (39) . С. 103-111.

8. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Освітній портал ТДАТУ – <http://op.tsatu.edu.ua/login/index.php>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ – <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет кафедри економіки і бізнесу.
4. Сайт кафедри економіки і бізнесу – <http://www.tsatu.edu.ua/et/>
5. Internet.
6. Закон України «Про електронну комерцію» – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
7. Закон України «Про захист прав споживачів» – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
8. Загальний регламент ЄС про захист даних (GDPR) – <https://gdpr-info.eu/>
9. PCI Security Standards Council – <https://www.pcisecuritystandards.org/>
- 10.Офіційний сайт Google Analytics – <https://analytics.google.com/>
- 11.Офіційний сайт Shopify – <https://www.shopify.com/>
- 12.Офіційний сайт WordPress – <https://wordpress.com/>
- 13.Офіційний сайт OpenCart – <https://www.opencart.com/>