

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**  
**Факультет міжнародних відносин**  
**Кафедра міжнародних економічних відносин**

**Затверджено**

На засіданні кафедри міжнародних економічних відносин факультету міжнародних відносин Львівського національного університету імені Івана Франка  
(протокол № 12 від 12.06. 2023 р.)  
Завідувач кафедри проф. Грабинський І. М.

**Силабус з навчальної дисципліни вільного вибору студента**  
**«Сучасні стратегії електронного бізнесу»,**  
**що викладається для студентів факультету міжнародних відносин**

**Львів 2023р.**

**Силабус курсу**  
**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ**  
**2023-2024 навчальний рік**

<b>Назва курсу</b>	Сучасні стратегії електронного бізнесу
<b>Адреса викладання курсу</b>	м. Львів, вул. Січових Стрільців, 19, кафедра міжнародних економічних відносин, кім. 305
<b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b>	Факультет міжнародних відносин, кафедра міжнародних економічних відносин
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	-
<b>Викладач (-і)</b>	Українець Лілія Анатоліївна, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин.
<b>Контактна</b>	ел. пошта: liliya.ukrayinets@lnu.edu.ua

<b>інформація викладача (-ів)</b>	тел. (032)239-47-81
<b>Консультації по курсу відбуваються</b>	Четвер 15.00 – 16.30 (кафедра міжнародних економічних відносин, вул. Січових Стрільців, 19)
<b>Інформація про курс</b>	Курс «Сучасні стратегії електронного бізнесу» - це дисципліна вільного вибору для студентів другого курсу денної форми навчання Львівського національного університету імені Івана Франка.
<b>Коротка анотація курсу</b>	<p>Дисципліна «Сучасні стратегії електронного бізнесу» дозволяє опанувати основи ведення глобального електронного бізнесу. Вона зосереджена на ключових концепціях і останніх емпіричних і фінансових даних, які допоможуть зрозуміти і використовувати в своїх інтересах можливості, пропоновані Інтернетом, що різко змінюють спосіб ведення бізнесу і спричиняють великі зрушення у глобальній економіці. Електронний бізнес - це глобальне явище, що зачіпає економічне і соціальне життя у всьому світі.</p> <p>У лекціях наводяться найостанніші наявні дані, і зосереджується увага на компаніях, з якими ви, ймовірно, стикаєтесь щодня у вашому повсякденному житті, такі як: Uber, Facebook, Google, Twitter, Amazon, YouTube, Pinterest, eBay, WhatsApp, Snapchat тощо. Також ви дізнаєтесь про деякі цікаві стартапи, які можуть бути новими для вас.</p> <p>Також у дисципліні розглядаються ключові питання в галузі сучасного електронного бізнесу: захист особистого життя, піратство, державний нагляд, кібер-війни, податки на продажі в Інтернеті, захист інтелектуальної власності, і багато іншого.</p> <p>Знання про електронний бізнес, які ви отримаєте, вивчаючи цю дисципліну, підвищать вашу цінність як професіонала. Ринок праці в електронному бізнесу швидко розширюється. Багато роботодавців очікують від нових співробітників знання основ електронного бізнесу, соціального і мобільного маркетингу, вміння забезпечувати компанії Інтернет-присутність. Будь-яка галузь сьогодні має дотик до електронного бізнесу, принаймні в якійсь мірі. Інформація та знання, які ви отримаєте, вивчаючи цю дисципліну, буде корисною протягом всієї кар'єри.</p>
<b>Мета та цілі</b>	Мета курсу полягає у формуванні відповідного світогляду у студентів щодо сучасного електронного бізнесу, вивченні певних міжнародних закономірностей процесів електронного середовища як засобу економічного розвитку та набуття навичок творчого мислення.

<b>курсу</b>	Завдання дисципліни полягають у тому, щоб дати студентам не тільки визначену кількість знань, а сформувані професійні навички, що дозволили б на основі отриманої інформації знаходити рішення в різноманітних ситуаціях на міжнародному ринку.
<b>Література для вивчення дисципліни</b>	<p style="text-align: center;"><b>Базова</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маєвська А.А. Електронна комерція і право. Навчально-методичний посібник. Уклад. А. А. Маєвська -Х. :2010. - 256 с.</li> <li>2. Шалева О.І. Електронна комерція - Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.</li> <li>3. Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. Електронна комерція: Навчальний посібник, - Одеса, 2011</li> <li>4. О. О. Зайцева, І. М. Болотинюк. Електронний бізнес. Навчальний посібник - Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2015</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Допоміжна</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nahari H., Krutz R.L. Web Commerce security Design and Development</li> <li>2. Harwani M.B. Make an E-commerce Site in a Weekend: Using PHP</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Інформаційні ресурси</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harvard Business School: Higher Education – Доступно з: <a href="http://hbsp.harvard.edu/discipline/general-management">http://hbsp.harvard.edu/discipline/general-management</a></li> <li>2. Розвиток бізнесу. Кейси - Доступно з: <a href="http://www.management.com.ua/">http://www.management.com.ua/</a></li> <li>3. Internet Ecosystem - <a href="https://www.google.com.ua/url?sa=t&amp;rct=j&amp;q=&amp;esrc=s&amp;source=web&amp;cd=4&amp;ved=0ahUKEwi-98mAz5DPAhUGPhQKHf4UCK4QFgg7MAM&amp;url=http%3A%2F%2Fwww.internetsociety.org%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fbp_Internet%2520Ecosystem_032614_en.pdf&amp;usq=AFQjCNECF2Btaglycc2FNIQ7UrUwg2xwAg&amp;sig2=kseZxR2eQKTXkMYOorJUhw&amp;cad=rja">https://www.google.com.ua/url?sa=t&amp;rct=j&amp;q=&amp;esrc=s&amp;source=web&amp;cd=4&amp;ved=0ahUKEwi-98mAz5DPAhUGPhQKHf4UCK4QFgg7MAM&amp;url=http%3A%2F%2Fwww.internetsociety.org%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fbp_Internet%2520Ecosystem_032614_en.pdf&amp;usq=AFQjCNECF2Btaglycc2FNIQ7UrUwg2xwAg&amp;sig2=kseZxR2eQKTXkMYOorJUhw&amp;cad=rja</a></li> <li>4. E-commerce systems architecture and application. Chapter 6 E-commerce System Technology Infrastructure <a href="https://www.google.com.ua/url?sa=t&amp;rct=j&amp;q=&amp;esrc=s&amp;source=web&amp;cd=12&amp;ved=0ahUKEwiq6b-L0JDPAhXJcRQKHcifAJcQFghuMAs&amp;url=http%3A%2F%2Fwww.ieee.cz%2Fknihovna%2FRajput%2FRajput085-ch06.pdf&amp;usq=AFQjCNFgM2Yr_E6YVf7XdL31JEtz98j4ag&amp;sig2=jgBGrxmQX837YZ4U4yMjDw&amp;cad=rja">https://www.google.com.ua/url?sa=t&amp;rct=j&amp;q=&amp;esrc=s&amp;source=web&amp;cd=12&amp;ved=0ahUKEwiq6b-L0JDPAhXJcRQKHcifAJcQFghuMAs&amp;url=http%3A%2F%2Fwww.ieee.cz%2Fknihovna%2FRajput%2FRajput085-ch06.pdf&amp;usq=AFQjCNFgM2Yr_E6YVf7XdL31JEtz98j4ag&amp;sig2=jgBGrxmQX837YZ4U4yMjDw&amp;cad=rja</a></li> </ol>
<b>Тривалість курсу</b>	1 семестр

<b>Обсяг курсу</b>	Загальний обсяг – 90 год., Самостійна робота – 58 год.
<b>Очікувані результати</b>	<p>В результаті вивчення даного курсу студент повинен знати:</p> <p>а) сутність, цілі й завдання електронного бізнесу і його методологічні основи;</p> <p>б) роль зовнішнього середовища, його базових складових у електронному бізнесі;</p> <p>в) сутність і етапи стратегічного планування в електронному бізнесі;</p> <p>д) механізм управління електронного бізнесу; сучасні підходи до управління міжнародною конкурентоспроможністю фірми, розробки й реалізації міжнародних бізнес-проектів для електронних ринків;</p> <p>е) сутність технологій комунікації і формування образу фірми на електронному ринку;</p> <p>вміти:</p> <p>а) застосовувати здобуті знання при розв'язанні практичних питань діяльності фірми у сфері електронного бізнесу;</p> <p>б) застосовувати основні технологічні засоби електронного бізнесу</p> <p>б) аналізувати зовнішнє середовище і визначати напрями розвитку електронного бізнесу;</p> <p>в) застосовувати сучасні методики стратегічного планування й організації діяльності міжнародних фірм, управління міжнародними бізнес-проектами;</p> <p>г) використовувати передовий зарубіжний досвід управління електронним бізнесом у міжнародних фірмах.</p>
<b>Формат курсу</b>	Очний
	<b>ДОДАТОК</b>
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Залік – 3 семестр
<b>Пререквізити</b>	немає
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду)</b>	<p>Критерії оцінювання за курсом «Сучасні стратегії електронного бізнесу»:</p> <p>Оцінювання знань студента здійснюється за 100-бальною шкалою.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• • максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни, яка завершується заліком, становить за поточну успішність 50 балів, на заліку – 50 балів;</li> <li>• • при оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань</li> </ul>

<b>навчальної діяльності)</b>	студентів за різними системами.	
<b>Питання до заліку екзамену</b>	<b>до чи</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття, особливості та види електронного бізнесу на сучасному етапі</li> <li>2. Історія виникнення і розвитку електронного бізнесу</li> <li>3. Структура дисципліни «Сучасні стратегії електронного бізнесу»</li> <li>4. Поняття моделі електронного бізнесу</li> <li>5. Типи моделей B2C</li> <li>6. Типи моделей B2B</li> <li>7. Вплив електронного бізнесу на господарську діяльність компаній</li> <li>8. Інтернет - аудиторія та поведінка споживачів</li> <li>9. Маркетинг цифрової торгівлі. Стратегії та інструменти реклами</li> <li>10. Технології Інтернет - маркетингу</li> <li>11. Розуміння виграшів та втрат онлайн – маркетингу</li> <li>12. Суть «соціального-мобільного-локального» маркетингу</li> <li>13. Соціальний маркетинг</li> <li>14. Мобільний маркетинг</li> <li>15. Локальний маркетинг. Мобільний маркетинг оснований на місцезнаходженні споживача</li> <li>16. Розуміння етичних, соціальних та політичних аспектів електронного бізнесу</li> <li>17. Право на неприкосновенність особистого життя</li> <li>18. Права інтелектуальної власності</li> <li>19. Регулювання електронного бізнесу. Суспільна безпека і добробут.</li> <li>20. Інтернет – контент</li> <li>21. Видавнича справа в Інтернеті</li> <li>22. Індустрія розваг в Інтернеті</li> <li>23. Соціальні мережі та онлайн спільноти</li> <li>24. Інтернет-аукціони</li> <li>25. Портали електронної торгівлі</li> <li>26. Суть роздрібною торгівлі в Інтернеті</li> <li>27. Визначення конкурентоздатності Інтернет-компаній</li> <li>28. Бізнес-моделі електронної торгівлі</li> <li>29. Сектор послуг: фінансові, туристичні послуги і пошук роботи.</li> </ol>



						i							
Денна	1	3	32	90	16		16	58				2	2
Вечірня													
Заочна													
Екстернат													

## 1 СЕМЕСТР

### Змістовий модуль 1. Суть і значення електронного бізнесу.

#### Тема 1. Вступ до дисципліни «Сучасні стратегії електронного бізнесу»

Основні тенденції в галузі електронного бізнесу протягом останніх років. Поняття, особливості електронного бізнесу на сучасному етапі. Вісім унікальних рис ЕБ. Типи електронного бізнесу B2B, B2C, C2C, мобільний, локальний, соціальний. Історія виникнення і розвитку електронного бізнесу. Три періоди розвитку електронного бізнесу. Успіхи і невдачі електронного бізнесу. Структура дисципліни «Сучасні стратегії електронного бізнесу». Технологія та інфраструктура. Бізнес. Суспільство

#### Тема 2. Моделі електронного бізнесу

Поняття моделі електронного бізнесу. Ключові елементи моделей електронного бізнесу: споживча вартість, модель отримання доходу, кон'юнктура ринку, конкурентне середовище, порівняльна перевага, ринкова стратегія, організаційний розвиток і управлінська команда. Способи залучення інвестицій: бізнес-інкубатори, комерційні банки, ангели-інвестори, венчурні компанії та краудфандинг. Компанії, що уможливають електронний бізнес.

Типи моделей B2C. Інтернет-магазини (E-tailer) Віртуальні продавці. Змішані магазини (віртуальні і реальні). Продавці за каталогами. Прямі продажі виробника. Спільноти. Постачальники контенту. Портали: Горизонтальні (загальні), Вертикальні (спеціалізовані), Пошук. Операційні посередники. Творці ринку. Провайдери послуг

Типи моделей B2B: Торгові майданчики: Інтернет-дистриб'ютор, Електронне постачання, Біржа, Галузевий консорціум. Приватні промислові мережі

#### Тема 3. Маркетинг та реклама в електронному бізнесі



Сучасні тенденції у електронному маркетингу та рекламі. Характеристика онлайн-споживачів. Ефекти соціальних мереж. Моделі поведінки споживачів. Що споживачі шукають і купують онлайн. Як покупці знаходять фірми в Інтернеті. Чому деякі люди не купують онлайн

Стратегії та інструменти цифрової реклами електронного бізнесу. Чотири особливості інтернет-маркетингу. Сайт як платформа маркетингу. Враження клієнтів. Основні маркетингові та рекламні інструменти для залучення споживачів ЕБ: пошуковий маркетинг, показ реклами (в тому числі рекламні банери, мультимедійна реклама, відеореклама і спонсорство), електронна пошта, партнерський маркетинг, вірусний маркетинг.

Технології Інтернет-маркетингу. Вплив унікальних рис електронного бізнесу на маркетинг. Журнали операцій в Інтернеті, кукіз та відстежуючі файли. Бази даних, сховища даних, і великі дані. Nadoop

#### **Тема 4. Соціальний, мобільний, локальний маркетинг**

Суть «соціального-мобільного-локального» маркетингу. Його відмінність від традиційного Інтернет-маркетингу.

Соціальний маркетинг. Гравці соціального маркетингу. Процеси соціального маркетингу. Facebook -маркетинг: основні риси Facebook, інструменти маркетингу на Facebook, маркетингова кампанія в соціальних мережах. Маркетинг на Twitter: риси маркетингу в Twitter, основні інструменти, організація маркетингової кампанії. Маркетинг в Pinterest. Інші соціальні мережі. Недоліки соціального маркетингу. Мобільний маркетинг. Суть М-комерції. Як люди використовують мобільні пристрої. Реклама у мобільних додатках. Особливості багато-екранної реклами. Інструменти мобільного маркетингу.

Локальний маркетинг. Мобільний маркетинг оснований на місцезнаходженні споживача. Маркетингові платформи з прив'язкою до місцезнаходження. Інструменти локального маркетингу.

#### **Тема 5. Електронний бізнес: етичні та законодавчі аспекти**

Розуміння етичних, соціальних та політичних аспектів електронного бізнесу. Основні етичні концепції: відповідальність, підзвітність, надійність.

Право на непорушність особистого життя. Інформація, що накопичується у електронному бізнесі. Соціальні мережі та особиста інформація. Мобільний Інтернет і прив'язка до місцезнаходження. Профілі споживачів і цільова реклама. Легальний захист

Права інтелектуальної власності. Копірайт. Патенти. Торгові марки.

Регулювання електронного бізнесу. Суспільна безпека і добробут. Захист дітей.

#### **Змістовий модель 2. Аналіз окремих стратегій електронного бізнесу**

#### **Тема 6. Онлайн медіа**

Інтернет – контент. Аналіз ринку та цільової аудиторії. Традиційні медіа та Інтернет. Доходи медіа. Три моделі доходів за споживання контенту. Конвергенція медіа

Видавнича справа в Інтернеті. Електронні газети, журнали та книги.

Індустрія розваг в Інтернеті. Аналіз цільової аудиторії. Телебачення, кіно, музика та ігри в Інтернеті.

### Тема 7. Онлайн-спільноти

Соціальні мережі та онлайн спільноти. Суть та значення соціальних мереж в Інтернеті. Зростання соціальних мереж. Перетворення соціальної мережі у бізнес.

Інтернет-аукціони. Переваги і недоліки Інтернет-аукціонів. Типи Інтернет-аукціонів. Довіра споживачів. Проблема шахрайства

Портали. Типи порталів. Загальні та вертикальні портали. Бізнес-моделі порталів.

### Тема 8. Роздрібна торгівля товарами і послугами в Інтернеті

Суть роздрібною торгівлі в Інтернеті. Стратегічний та фінансовий аналіз онлайн-торгівлі.

Бізнес-моделі електронної роздрібною торгівлі

Сектор послуг: фінансові, туристичні послуги і пошук роботи.

Оцінювання знань студента здійснюється за 100-бальною шкалою (для екзаменів і заліків).

Оцінка ECTS	Оцінка в Балах	За національною шкалою		Залік
		Екзаменаційна оцінка, оцінка з диференційованого заліку		
A	90-100	5	Відмінно	Зараховано
B	81-89	4	Дуже добре	
C	71-80	4	Добре	
D	61-70	3	Задовільно	
E	51-60	3	Достатньо	

- Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни, яка завершується екзаменом, становить за поточну успішність 50 балів, на екзамені – 50 балів.
- При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS

Д.е.н., доцент,  
професор кафедри міжнародних економічних відносин  
факультету міжнародних відносин  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка

Українець Л.А.