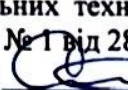


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра підприємницьких та соціальних технологій

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри підприємницьких та
соціальних технологій
протокол № 1 від 28.08.2026 р.
Завідувач кафедри  **Сергій СОКОЛЮК**

ПОГОДЖЕНО
Гарант освітньої програми
 **Сергій СОКОЛЮК**
"28" 08 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

**«Електронна комерція та цифрові технології в торгівлі
агропродукцією»**

Освітній рівень: другий (магістерський)

Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність: D7 «Торгівля»

Освітня програма: «Торговельне підприємництво в аграрній сфері»

Факультет: економіки, підприємництва та інформаційних технологій

Умань – 2026р.

Робоча програма освітнього компонента «Електронна комерція та цифрові технології в торгівлі агропродукцією» для здобувачів вищої освіти спеціальності D7 Торгівля освітньої програми «Торговельне підприємництво в аграрній сфері».
– Умань: УНУ, 2026.

Розробник: Соколюк Сергій Юрійович, завідувач кафедри підприємницьких та соціальних технологій, д.е.н., професор

Відомості про розгляд і затвердження наведено на титульній сторінці.

© Уманський національний університет, 2026 рік

© Соколюк С.Ю., 2026 рік

1. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Найменування показника	Форма здобуття освіти	
	денна	дистанційна
Рівень вищої освіти: другий (магістерський)	Обов'язковий	Обов'язковий
Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право	Рік підготовки: 1	Рік підготовки: 1
Спеціальність: D 7 Торгівля	Семестр: 1	Семестр: 1
Кількість кредитів ЄКТС – 4 Загальна кількість годин – 120	Лекції: 22 год.	Лекції: 6 год.
Мова викладання: українська	Практичні / семінарські: 26 год.	Практичні / семінарські: 4 год.
Пререквізити: –	Лабораторні: –	Лабораторні: – Асинхронні заняття: 14 год.
Постреквізити: - Управління оптовою і роздрібною торгівлею; - Інфраструктура аграрного ринку та агротрейдинг; - Аналітика ринків та конкурентні стратегії у торгівлі; - Механізми розвитку торговельного підприємництва в аграрній сфері.	Самостійна робота: 72 год.	Самостійна робота: 96 год.
Індивідуальне завдання: –	Вид контролю: екзамен	Вид контролю: екзамен

2. МЕТА, ПЕРЕДУМОВИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Мета освітнього компонента: формування здатності розробляти та обґрунтовувати рішення у сфері електронної комерції й цифрової торгівлі агропродукцією, застосовувати сучасні інтернет-платформи, електронні платіжні системи та інструменти цифрового маркетингу, оцінювати правові й безпекові ризики для забезпечення ефективності та інноваційного розвитку підприємницьких і торговельних структур.

Шифр ПРН ОП	Результат навчання	Методи навчання	Методи / засоби оцінювання
ПРН 9	Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.	Проблемна та інтерактивна лекція; кейс-метод; аналіз альтернатив і «дерево рішень»; дискусія; порівняльний аналіз цифрових платформ і платіжних систем; самостійна робота; асинхронна робота в Moodle для дистанційної форми навчання.	Практичні кейси; порівняльно-аналітичні завдання; комплект завдань самостійної роботи; модульний контроль; екзаменаційний аналітичний кейс.
ПРН 11	Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких і торговельних структур.	Кейс-метод; дискусія; проєктний метод.(розроблення мініпроєкту цифрового каналу збуту); науково-аналітичне дослідження; самостійна робота; асинхронна робота в Moodle для дистанційної форми навчання; презентація та захист рішень.	Мініпроєкт цифрового каналу збуту агропродукції; науково-аналітичне дослідження та його представлення; практичні й асинхронні завдання; модульний контроль; екзамен.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Тема 1. Електронна комерція: сутність, принципи та сфери застосування

Сутність, зміст і значення електронної комерції та електронного бізнесу в умовах цифрової трансформації економіки. Об'єкт і суб'єкти електронної комерції. Основні складові електронної комерції та їх характеристика. Передумови виникнення, основні етапи становлення й сучасні тенденції розвитку е-комерції. Принципи функціонування електронного бізнесу. Види електронної економічної діяльності.

Topic 2. Comparative Characteristics of Traditional and Electronic Commerce

The essence of traditional commerce and its comparison with electronic commerce. Common characteristics and differences between physical and digital channels for the distribution of goods and services. Tools and methods of commercial activity in the traditional and information economies. Advantages of e-business for enterprises and consumers, including access to new markets, the prompt exchange of information, cost reduction, and personalization of offers. Limitations, risks, and challenges associated with the functioning of electronic commerce, including issues of security, consumer trust, and technical infrastructure.

Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу

Функціональні можливості електронної комерції в системі електронного бізнесу. Основні напрями її використання у маркетинговій, торговельній, комунікаційній та сервісній діяльності підприємств. Характеристика моделей електронного бізнесу B2B, B2C, C2C, G2C та інших форм цифрової взаємодії. Вплив електронної комерції на розвиток цифрової економіки, удосконалення бізнес-процесів і формування конкурентних переваг суб'єктів господарювання.

Тема 4. Мережа Інтернет та технології електронної комерції

Структура мережі Інтернет, її основні служби, протоколи та можливості для здійснення торговельних операцій. Призначення, класифікація, структура та функції вебсайтів і вебпорталів. Базові вебтехнології електронної комерції: HTML, HTTP, бази даних, хмарні сервіси та системи управління контентом. CMS-системи: класифікація, принципи роботи. Сучасні цифрові тренди в інтернет-комерції, використання великих даних, штучного інтелекту, мобільних технологій і цифрових платформ.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРАВОВІ ТА БЕЗПЕКОВІ АСПЕКТИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Тема 5. Правові основи електронної комерції

Правове забезпечення електронної комерції та особливості регулювання відносин між її суб'єктами. Юридична сила електронних документів, електронних підписів і договорів, укладених в електронній формі. Інтелектуальна власність та особливості захисту прав інтелектуальної власності в електронному бізнесі. Правова відповідальність суб'єктів електронної комерційної діяльності. Специфіка правового регулювання онлайн-торгівлі агропродукцією.

Тема 6. Безпека та захист інформації в електронній комерції

Значення інформаційної безпеки для функціонування систем електронної комерції. Основні засоби й технології захисту інформації під час роботи в мережі Інтернет. Характеристика організаційних, технічних і програмних засобів захисту даних під час роботи в мережі Інтернет. Види загроз безпеки інформаційної системи, їх джерела та можливі наслідки для суб'єктів електронного бізнесу. Методи запобігання несанкціонованому доступу,

втраті, пошкодженню або розголошенню даних. Використання технологій шифрування й електронного підпису для забезпечення конфіденційності, цілісності та автентичності електронних даних.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ АГРОБІЗНЕСУ

Тема 7. Електронна комерція в корпоративному секторі

Використання систем електронної комерції в корпоративному секторі. Особливості функціонування систем електронної комерції у секторі B2B. Роль корпоративних представництв в Інтернеті у формуванні ділової репутації, комунікації з партнерами та просуванні товарів і послуг. Структура, функції та переваги корпоративних вебресурсів. Сутність віртуальних підприємств та інтернет-інкубаторів, їх значення для розвитку інноваційного підприємництва. Мобільна комерція: її можливості, інструменти та сучасні тенденції розвитку.

Тема 8. Електронні платіжні системи та механізми здійснення електронних торговельних операцій

Сутність, призначення та види електронних платіжних систем. Класифікація платіжних карток, принципи їх функціонування та використання у розрахунках. Механізм здійснення електронних платежів і взаєморозрахунків у мережі Інтернет. Переваги, обмеження та ризики використання електронних платіжних систем у торгівлі агропродукцією.

Тема 9. Цифровий маркетинг і реклама в аграрному секторі

Сутність, структура та інструменти цифрового маркетингу в аграрній сфері. Види інтернет-реклами. Особливості застосування банерної, контекстної та таргетованої реклами. Ефективність інтернет-реклами. Показники й методи оцінювання ефективності рекламних кампаній у цифровому середовищі. Вірусний маркетинг, пошукова оптимізація, контент-маркетинг та їх роль у просуванні агропродукції. Спам як інструмент і загроза цифрової комунікації.

Тема 10. Електронні біржі та аукціони агропродукції

Принципи функціонування товарних бірж і особливості здійснення біржових операцій в електронному середовищі. Електронні аукціони як форма реалізації зерна, м'ясо-молочної та іншої агропродукції. Механізми укладення угод і взаємодії учасників електронних торгів. Роль електронних платформ у розвитку аграрної торгівлі, розширенні ринків збуту та підвищенні прозорості торговельних операцій.

Тема 11. Онлайн-ринок агропродукції: світові та національні платформи

Особливості функціонування цифрових платформ на світовому та національному ринку агропродукції. Характеристика міжнародних аграрних маркетплейсів і можливості їх використання для пошуку партнерів та просування продукції. Українські електронні ринки й інформаційні сервіси для аграрного бізнесу. Перспективи розвитку цифрових маркетплейсів агропродукції в Україні та їх значення для інтеграції виробників у сучасні канали збуту.

4. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					дистанційна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	інд.	с		л	п	асинх.	с
Змістовий модуль 1										
Теоретико-технологічні основи електронної комерції										
Тема 1. Електронна комерція: сутність, принципи та сфери застосування	10	2	2	-	6	10	1	-	1	8
Topic 2. Comparative Characteristics of Traditional and Electronic Commerce	10	2	2	-	6	10	-	-	1	9
Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	12	2	2	-	8	12	1	-	2	9
Тема 4. Мережа Інтернет та технології електронної комерції	12	2	4	-	6	12	1	1	2	8
Усього годин за змістовим модулем 1	44	8	10	-	26	44	3	1	6	34
Змістовий модуль 2										
Правові та безпекові аспекти електронної комерції										
Тема 5. Правові основи електронної комерції	12	2	2	-	8	12	1	1	1	9
Тема 6. Безпека та захист інформації в електронній комерції	12	2	2	-	8	12	-	-	1	11
Усього годин за змістовим модулем 2	24	4	4	-	16	24	1	1	2	20
Змістовий модуль 3										
Організація електронної торгівлі та цифрові технології агробізнесу										
Тема 7. Електронна комерція в корпоративному секторі	10	2	2	-	6	10	1	1	1	7
Тема 8. Електронні платіжні системи та механізми здійснення електронних торговельних операцій	12	2	4	-	6	12	1	1	2	8
Тема 9. Цифровий маркетинг і реклама в аграрному секторі	10	2	2	-	6	10	-	-	1	9
Тема 10. Електронні біржі та аукціони агропродукції	10	2	2	-	6	10	-	-	1	9
Тема 11. Онлайн-ринок агропродукції: світові та національні платформи	10	2	2	--	6	10	-	-	1	9
Усього годин за змістовим модулем 3	52	10	12	-	30	52	2	2	6	42
Всього	120	22	26	-	72	120	6	4	14	96

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Семінарські заняття навчальним планом не передбачено

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	дистанційна форма
Змістовий модуль 1. Теоретико-технологічні основи електронної комерції			
1.	Тема 1. Електронна комерція: сутність, принципи та сфери застосування	2	-
2.	Тема 2. Порівняльна характеристика традиційної та електронної комерції. Побудова порівняльної матриці традиційної та електронної комерції та короткий висновок.	2	-
3.	Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	2	1
4.	Тема 4. Мережа Інтернет та технології електронної комерції	4	-
Змістовий модуль 2. Правові та безпекові аспекти електронної комерції			
5.	Тема 5. Правові основи електронної комерції. Аналіз ситуації, визначення правових вимог і цифрових ризиків, обґрунтування рішення.	2	1
6.	Тема 6. Безпека та захист інформації в електронній комерції	2	-
Змістовий модуль 3. Організація електронної торгівлі та цифрові технології агробізнесу			
7.	Тема 7. Електронна комерція в корпоративному секторі	2	1
8.	Тема 8. Електронні платіжні системи та механізми здійснення електронних торговельних операцій	4	1
9.	Тема 9. Цифровий маркетинг і реклама в аграрному секторі	2	
10.	Тема 10. Електронні біржі та аукціони агропродукції	2	-
11.	Тема 11. Онлайн-ринок агропродукції: світові та національні платформи	2	-
Разом		26	4

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Лабораторні заняття навчальним планом не передбачено.

7.1. ТЕМИ АСИНХРОННИХ ЗАНЯТЬ (ДИСТАНЦІЙНА ФОРМА)

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-технологічні основи електронної комерції		
1.	Тема 1. Електронна комерція: сутність, принципи та сфери застосування	1
2.	Тема 2. Порівняльна характеристика традиційної та електронної комерції. Побудова порівняльної матриці традиційної та електронної комерції та короткий висновок.	1
3.	Тема 3. Електронна комерція як складова електронного бізнесу	2
4.	Тема 4. Мережа Інтернет та технології електронної комерції	2
Змістовий модуль 2. Правові та безпекові аспекти електронної комерції		
5.	Тема 5. Правові основи електронної комерції. Аналіз ситуації, визначення правових вимог і цифрових ризиків, обґрунтування рішення.	1
6.	Тема 6. Безпека та захист інформації в електронній комерції	1
Змістовий модуль 3. Організація електронної торгівлі та цифрові технології агробізнесу		
7.	Тема 7. Електронна комерція в корпоративному секторі	1
8.	Тема 8. Електронні платіжні системи та механізми здійснення електронних торговельних операцій	2

9.	Тема 9. Цифровий маркетинг і реклама в аграрному секторі	1
10.	Тема 10. Електронні біржі та аукціони агропродукції	1
11.	Тема 11. Онлайн-ринок агропродукції: світові та національні платформи	1
Разом		14

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ п/п	Завдання / тема	Кількість годин	
		денна форма	дистанційна форма
Змістовий модуль 1. Теоретико-технологічні основи електронної комерції			
1.	Тема 1. Побудувати схему моделей електронної комерції (B2B, B2C, C2C, B2G) та визначити можливості їх застосування для реалізації агропродукції; подати короткий обґрунтований висновок.	6	8
2.	Тема 2. Дослідження еволюції комерції від традиційних форм до електронних. Визначити чинники та поведінку різних категорій споживачів при переході до електронної комерції.	6	9
3.	Тема 3. Проаналізувати бізнес-модель обраного суб’єкта електронної торгівлі та визначити його цифрові канали взаємодії з клієнтами і партнерами.	8	9
4.	Тема 4. Побудувати схему цифрового шляху покупця для обраного товару / групи агропродукції та визначити необхідні вебтехнології й сервіси.	6	8
Змістовий модуль 2. Правові та безпекові аспекти електронної комерції			
5.	Тема 5. Проаналізувати приклад електронної оферти / договору та скласти чек-лист ключових правових вимог до електронної торговельної операції.	8	9
6.	Тема 6. Розв’язати ситуаційний кейс щодо загроз інформаційній безпеці в електронній комерції та запропонувати комплекс заходів захисту.	8	11
Змістовий модуль 3. Організація електронної торгівлі та цифрові технології агробізнесу			
7.	Тема 7. Порівняти дві B2B-платформи / маркетплейси за визначеними критеріями та обґрунтувати доцільність їх використання торговельним підприємством.	6	7
8.	Тема 8. Порівняти два електронні платіжні рішення за критеріями вартості, швидкості, зручності, ризиків і захисту; обґрунтувати вибір для конкретного сценарію торгівлі.	6	8
9.	Тема 9. Розробити стислий план цифрової рекламної кампанії для обраного виду агропродукції: цільова аудиторія, канали, повідомлення, бюджетні орієнтири та KPI.	6	9
10.	Тема 10. Проаналізувати модель електронного аукціону / біржової торгівлі агропродукцією та визначити переваги, обмеження й ризики для продавця і покупця.	6	9
11.	Тема 11. Провести порівняльний аналіз двох національних та/або міжнародних платформ збуту агропродукції й обґрунтувати вибір для конкретного виробника / торговельного підприємства.	6	9
Разом		72	96

Науково-аналітична робота, за яку передбачено до 10 балів у системі поточного оцінювання, виконується в межах годин самостійної роботи за темами 7-11. Рекомендована тема: «Цифрова трансформація каналу збуту агропродукції: аналіз конкретного ринкового сегмента, платформи або торговельної моделі». Обсяг – 5-7 сторінок; використовуються актуальні дані та не менше п'яти релевантних наукових або офіційних джерел; обов'язкові власний аналіз, висновки та практичні рекомендації; результат презентується і коротко захищається.

9. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Не передбачено.

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Для досягнення ПРН 9 і ПРН 11 застосовуються проблемні та інтерактивні лекції, дискусія, практико-орієнтовані завдання, кейс-метод, метод аналізу альтернатив («дерево рішень»), проєктний метод, порівняльний аналіз цифрових платформ, самостійна робота з актуальними даними та нормативними джерелами.

На практичних заняттях здобувачі аналізують бізнес-моделі електронної комерції, правові й безпекові ситуації, електронні платіжні рішення, цифрові канали збуту та маркетингові інструменти, а також розробляють мініпроєкт цифрового каналу реалізації агропродукції.

Для дистанційної форми поєднуються синхронні лекції та практичні заняття з 14 годинами асинхронної навчальної діяльності в Moodle. Асинхронні завдання мають визначений продукт: аналітичну матрицю, кейс-рішення, цифровий артефакт, короткий проєкт або обґрунтований висновок, і оцінюються за оприлюдненими критеріями.

Самостійна робота має прикладний та аналітичний характер: здобувачі працюють із науковими, нормативними й професійними джерелами, аналізують реальні цифрові платформи та сервіси, виконують порівняльні й проєктні завдання та формулюють власні висновки.

Науково-аналітична робота використовується для поглибленої перевірки здатності працювати з актуальними даними й джерелами, виконувати самостійний аналіз і формулювати обґрунтовані рекомендації у сфері електронної торгівлі агропродукцією.

11. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання результатів навчання здійснюється за 100-бальною шкалою і має встановлювати досягнення ПРН 9 та ПРН 11 через конкретні оцінювані роботи. Для освітнього компонента з екзаменом на поточне оцінювання відводиться 70 балів, на екзамен – 30 балів.

Поточне оцінювання охоплює практичні та ситуаційно-аналітичні завдання, асинхронну навчальну діяльність для дистанційної форми, комплект завдань самостійної роботи, науково-аналітичну роботу та три модульні контролі. Бали нараховуються за продемонстрований результат, а не за сам факт присутності або «активність».

Усі оцінювані роботи, їх максимальні бали, критерії, строки, формат подання та правила використання джерел і технологій штучного інтелекту повідомляються здобувачам до початку виконання відповідної роботи та розміщуються в електронному курсі.

Пропущені або не виконані в установлений строк роботи можуть бути виконані в порядку і строки, визначені Положенням Університету про оцінювання результатів навчання та умовами електронного курсу. Повторне виконання не змінює заздалегідь оприлюднених критеріїв оцінювання.

11.1. Розподіл балів за формою підсумкового контролю «екзамен»

Оцінювана робота	Конкретний результат / продукт	ПРН	Макс. бал
Практичний кейс 1. Модель електронної комерції та вибір цифрового каналу збуту	Аналіз вихідної ситуації; вибір моделі електронної комерції та цифрового каналу; обґрунтування рішення.	ПРН 9	6
Практичний кейс 2. Правові та безпекові аспекти електронної угоди	Чек-лист правових вимог і ризиків; пропозиції щодо захисту даних і безпечної взаємодії.	ПРН 9	6
Практичний кейс 3. Електронні платежі та цифрові ризики	Порівняння платіжних рішень; оцінка ризиків; обґрунтований вибір для заданого сценарію.	ПРН 9	6
Мініпроєкт. Цифровий	Характеристика продукції, вибір цифрового	ПРН 9, ПРН 11	7

канал реалізації продукції/агропродукції	каналу, цільова аудиторія, просування, платежі, ризики, КРІ; презентація/захист.		
Комплект завдань самостійної роботи	Аналітичні матриці, кейс-рішення, порівняльні огляди та обґрунтовані висновки за темами 1-11.	ПРН 9, ПРН 11	11
Науково-аналітична робота	Дослідження 5-7 сторінок з актуальними даними та не менше 5 релевантних джерел; власні висновки і рекомендації; презентація/захист.	ПРН 9, ПРН 11	10
Модульний контроль 1	Ситуаційні та тестові завдання за змістовим модулем 1.	ПРН 9	8
Модульний контроль 2	Ситуаційні та тестові завдання за змістовим модулем 2.	ПРН 9	8
Модульний контроль 3	Ситуаційні та тестові завдання за змістовим модулем 3.	ПРН 9, ПРН 11	8
Разом поточне оцінювання			70
Екзамен	Теоретико-концептуальна частина (до 10 балів) та прикладний/аналітичний кейс (до 20 балів).	ПРН 9, ПРН 11	30
Усього			100

11.2. Розподіл балів за формою підсумкового контролю «залік»

Не застосовується: формою підсумкового контролю за навчальним планом є екзамен.

11.3. Курсова робота / проєкт, практика як окремий освітній компонент

Не застосовується: курсова робота / проєкт як окремий освітній компонент навчальним планом не передбачені.

11.4. Критерії оцінювання Денна та дистанційна форма навчання

Вид роботи	Критерії	Рівні виконання / показники	Максимальний бал
Практичні кейси та мініпроєкт	коректність аналізу; обґрунтованість вибору; застосування інструментів електронної комерції; урахування правових/безпекових ризиків; якість продукту та висновків	високий – рішення коректне, доказове й професійно придатне; достатній - рішення загалом коректне з окремими неточностями; базовий - часткове рішення з недостатнім обґрунтуванням; низький - результат не демонструє потрібної здатності	25
Комплект завдань самостійної роботи	повнота виконання визначеного продукту; коректність даних і джерел; здатність порівнювати, аналізувати й робити власний висновок; відповідність умовам завдання	10-11 балів - повне й обґрунтоване виконання; 8-9 - достатнє з окремими недоліками; 6-7 - часткове, але прийнятне; 0-5- суттєво неповне або некоректне	11
Науково-аналітична робота	актуальність і постановка проблеми - 2; якість джерел/даних - 2; коректність аналізу - 2; власні висновки й рекомендації -2; презентація, захист і прозорість використання джерел/ІІІ - 2	9-10 балів - самостійне доказове дослідження з переконливими висновками; 7-8 - якісна робота з окремими недоліками; 5-6 - базовий аналіз; 0-4 - суттєві змістові/джерельні недоліки або відсутність власного аналізу	10
Три модульні контролю	кожен контроль - до 8 балів: розуміння ключових понять і моделей; застосування до ситуаційного завдання; коректність висновку	7-8 балів - повне й коректне виконання; 5-6 - загалом правильне з незначними помилками; 3-4 - часткове; 0-2 - результат недостатній	24
Разом поточне оцінювання			70

Підсумковий контроль (екзамен)	теоретико-концептуальна частина - до 10 балів; прикладний/аналітичний кейс - до 20 балів; оцінюються коректність, застосування знань, обґрунтованість рішення й висновків	27-30 - повне, коректне й аргументоване виконання; 22-26 - достатній рівень; 18-21 - базовий прийнятний рівень; 0-17- результат недостатній	30
Всього			100

11.5. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

12. АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Здобувачі зобов'язані самостійно виконувати навчальні та контрольні завдання, належно цитувати джерела, декларувати суттєву зовнішню допомогу та відповідати за достовірність поданих даних, посилань, обчислень і висновків. Для командних робіт викладач може вимагати пояснення індивідуального внеску кожного учасника.

Модульні контролі та екзамен: використання генеративного ШІ та недозволених зовнішніх джерел заборонено, якщо інше прямо не встановлено умовою конкретного контрольного завдання.

Практичні, самостійні та асинхронні завдання: обмежене використання ШІ дозволяється для генерації варіантів, структурування, мовного редагування та пояснення помилок за умови, що фінальний аналіз, вибір рішення й висновки сформовані здобувачем. Суттєве використання декларується із зазначенням інструменту, мети та характеру допомоги.

Науково-аналітична робота: ШІ не вважається науковим або нормативним джерелом. Усі бібліографічні записи, фактичні твердження, статистичні дані та правові норми перевіряються за первинними джерелами. Дозволяється допомога зі структурою, пошуковими запитами та мовним редагуванням із обов'язковим декларуванням суттєвого використання; за запитом викладача подаються чернетки, промпти або історія змін.

Мініпроект цифрового каналу збуту: ШІ може використовуватися для генерування альтернатив і допомоги з візуалізацією, але здобувач зобов'язаний самостійно обґрунтувати вибір платформи, платіжного рішення, інструментів просування, KPI та заходів управління ризиками і захистити проект.

Забороняється вводити до зовнішніх систем персональні дані інших осіб, конфіденційну або службову інформацію, екзаменаційні матеріали, неопубліковані матеріали та інші дані з обмеженим доступом. Результат автоматизованого детектора використання ШІ не є самостійним і достатнім доказом порушення академічної доброчесності.

Застосовуються Положення про систему забезпечення академічної доброчесності в УНУ, Політика відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту та інші чинні локальні нормативні акти Університету.

13. МЕТОДИЧНЕ ТА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Навчально-методичні матеріали: Соколюк С. Ю. Методичні рекомендації для виконання практичних завдань та самостійної роботи з дисципліни «Електронна комерція та цифрові технології в торгівлі агропродукцією» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D7 «Торгівля» освітньої програми «Торговельне підприємництво в аграрній сфері» денної та дистанційної форм навчання. Умань. 2026 р.

2. Обладнання, програмне забезпечення: комп'ютерна техніка, мультимедійне обладнання, доступ до мережі Інтернет, Moodle УНУ.

3. Електронний навчальний курс: Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Електронна комерція та цифрові технології в торгівлі агропродукцією» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D7 «Торгівля» освітньої програми «Торговельне підприємництво в аграрній сфері» денної та дистанційної форм навчання. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=2532>

4. Інші ресурси: бібліотека УНУ, інституційний репозитарій, офіційні вебресурси органів державної влади та міжнародних організацій.

14. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні

1. Електронна комерція: підручник / М. З. Швиденко, О. М. Касаткіна, О. М. Швиденко; Національний університет біоресурсів і природокористування України. Перевидання, доповнене і перероблене. К.: ФОП Ямчинський О.В., 2020. 478 с.

2. Електронна комерція: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг»/ Лебеденко С.О.; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. 73 с.

3. Електронна комерція : навчальний посібник / О. І. Лисак, Л. О. Болтянська, Д. М. Трачова. Запоріжжя : ТДАТУ, 2026. 368 с.

4. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 – Менеджмент; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.

5. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

6. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. Суми: СДУ, 2021. 259 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83910>

7. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол. : М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 296 с.

8. Чичковська, І. П. Правове регулювання електронної комерції: навч. посібник. Київ: Нац. юрид. ун-т ім. Я. Мудрого, 2020. 212 с. URL: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/CUL/33-Pravove_reguluvanna_elektronnoi_komercii-Chychkovska.pdf.

Додаткові

1. Бутенко Д. С. Електронна комерція як запорука розвитку підприємництва в Україні. Ефективна економіка. 2023. № 3.

2. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О., Крючок І. С. Електронна комерція в епоху диджиталізації. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 53. С. 55-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_53_10

3. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Фейсбук та інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів. Книга-тренінг. Київ: ТОВ «Гнозис», 2021. 292 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2254_12113082.pdf
4. Дністрян О. Процеси розвитку електронної торгівлі в економіці України. Участь молоді у розбудові агропромислового комплексу України: матеріали студентської науково-теоретичної конференції (м. Миколаїв, 22-24 березня 2023 р.) / Факультет менеджменту. Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 46-48. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15872>
5. Дражниця С. А. Забурмеха Є. М. Електронна комерція: світові тренди та прогноз розвитку в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. № 5(2). С. 69–73. URL: <http://surl.li/jyqfh>
6. Заяць О. І., Якоб Є. Й. Найбільші ринки електронної торгівлі в глобальному господарстві. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2023. Вип. 47. С. 30-35. URL: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-47-6>
7. Іванова Н., Бондаренко А. Інноваційні підходи до управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств у сфері e-commerce. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2023. Вип. 3 (35). С. 71–81. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023_3\(35\)-71-81](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023_3(35)-71-81)
8. Іванієнко В. В., Коваленко В.А. Розвиток електронного бізнесу у світовому господарстві. Регіональна економіка та управління. 2020. №4 (30). С. 45-49.
9. Іпполітова І. Я. Проблеми та перспективи розвитку електронної торгівлі. Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матер. V міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 19-20 трав. 2022 р.: тези допов. Одеса: Держ. ун-т «Одеська політехніка». С. 83-85.
10. Козуб В. О., Козуб С. О. Особливості конкуренції між традиційною та електронною комерцією в умовах цифрової економіки. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: матер. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 19 лист. 2021 р. : тези допов. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. С. 351-355.
11. Котелевець Д. О. Основні бар'єри розвитку цифрової економіки в Україні. Modern Economics. 2022. № 36 (2022). С. 59-64. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V36\(2022\)-09](https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-09)
12. Кравченко Б. О. Розвиток електронної комерції в Україні: перспективи, виклики та тенденції розвитку у 2023 році. Цифрові трансформації та інноваційні технології в економіці: виклики, реалії, стратегії (м. Суми, 2 17-19 травня 2023 р.) / Сумський державний університет. Суми: СумДУ, 2023, С. 5-8. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/92265/1/Kravchenko_comertsia.pdf;jsessionid=0C35E5CC55743CBB1C51F2B2FDC36CB4
13. Кубліцька О. Ринок електронної комерції в Україні: сучасний стан та тенденції повоєнного відновлення. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2023. Вип. 3 (35). С. 98-108. URL: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-98-108](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-98-108)
14. Литвиненко А. О., Синицька Д. О. Розвиток торгівлі в Україні: діагностика стану, тенденції та перспективи 2023 року. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності : матеріали IV-ої Міжнародної науково-практичної конференції, 10-11 травня 2023 р. Запоріжжя, 2023. С. 253-255.
15. 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.
16. Лукачина С. С. Концептуальні засади управління підприємствами електронної комерції. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2023. № 1(61). С. 105–112. URL: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2023.1\(61\).105-112](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2023.1(61).105-112).
17. Нестерчук Ю. О., Соколюк С. Ю., Коротєєв М. А., Жарун О. В., О. С. Тупчий, Соколюк К. Ю. Розвиток електронної комерції в аграрному секторі економіки України. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва/ Редкол.: О. О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань: Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2022. Вип. 100. Ч. 2 :Економічні науки. С. 299-311. URL:<https://journal.udau.edu.ua/assets/files/100.2/29.pdf>
18. Окландер М.А. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від інтернет-маркетингу. Економічний вісник НТУУ «КПІ»: збірник наукових праць. 2015. № 12. С. 362-371.

19. Писаренко Н.Л. Особливості функціонування та моделі бізнесу на ринку електронної комерції в Україні. Економічний вісник НТУУ «КПІ»: збірник наукових праць. 2017. № 14. С. 348-355.
20. Повна С., Олифіренко Ю. Електронна комерція та цифровий маркетинг у розвитку національних підприємств. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2022. № 2. С. 64-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2022_2_8
21. П'ятницька Г. Т., Григоренко О. М. Електронна комерція B2C: розвиток у Східній Європі, ризики та ефект інституціонального витіснення. Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development. 2019. Vol. 1, № 1. С. 121-129. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/meu_2019_1_1_17
22. Садчикова І., Тарасенко А., Дубина М. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «електронна комерція». Економіка та суспільство, 2023. № 53. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-36>
23. Соколюк С. Ю., Прокопчук О. Т. Електронна комерція як драйвер трансформації традиційної торгівлі. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2025. Випуск 107, Частина 2: Економічні науки. С. 111-119. DOI: 10.32782/2415-8240-2025-107-2-111-119.
24. Товкун Л. В., Єфремова К. В. Особливості оподаткування доходів та адміністрування податків від електронної комерції (порівняльно правовий аспект). Юридичний науковий електронний журнал. 2023. Вип. 9. С. 280-283. URL: http://lsej.org.ua/9_2023/69.pdf
25. Чушенко О. М., Смерічевська С. В. Цифрова економіка: сучасні світові тенденції розвитку. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. № 5. 2024.

15. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Ecommerce Times <http://www.ecommercetimes.com/>
2. Practical Ecommerce. <https://www.practicalecommerce.com/>
3. Законодавство України – офіційний вебпортал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
4. Google Scholar – пошукова система, яка індексує повний текст наукових публікацій всіх форматів і дисциплін. URL: <https://scholar.google.com.ua/schhp?hl=uk>
5. Національна бібліотека імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
6. Репозиторій Уманського національного університету. URL: <http://lib.udau.edu.ua/?locale=uk>

16. ВИЗНАННЯ ТА ПЕРЕЗАРАХУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Результати навчання, здобуті в інших закладах освіти, за програмами академічної мобільності, а також у неформальній та/або інформальній освіті, можуть бути визнані та перезараховані відповідно до чинних локальних нормативних актів Уманського національного університету. Рішення приймається за встановленою процедурою на підставі документованих результатів і їх зіставлення з результатами навчання цього освітнього компонента; за потреби застосовуються визначені Університетом процедури підтвердження.

Рекомендованими доказами можуть бути сертифікати та програми курсів, результати академічної мобільності, виконані професійні/аналітичні роботи, портфоліо, публікації або інші матеріали, що дозволяють встановити зміст, обсяг та досягнуті результати навчання. Визнання здійснюється в межах і за правилами, установленними чинним законодавством та локальними актами Університету.