

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки і торгівлі

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

підготовки магістра
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
спеціальності D7 Торгівля
освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та організація
бізнесу

Силабус нормативного освітнього компонента ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ
підготовки магістра з підприємництва та торгівлі, галузі знань D Бізнес,
адміністрування та право, спеціальності D7 Торгівля, за освітньою програмою
Підприємництво, торгівля та організація бізнесу

Розробник: Шостак Л.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
економіки і торгівлі

Погоджено:

Гарант ОП Підприємництво, торгівля
та організація бізнесу



Людмила ШОСТАК

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри економіки
і торгівлі**

протокол № 1 від 29.08.2025

Завідувач кафедри



Олена ПАВЛОВА

I. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна/вечірня форми навчання	D Бізнес, адміністрування та право D5 Торівля Підприємництво, торівля та організація бізнесу Другий (магістерський)	Нормативний
Кількість годин/кредитів ECTS 135/4,5		Рік навчання 2 (2026/2027 н.р.)
		Семестр 3й
		Лекції 22 годин
ІНДЗ: немає		Практичні (семінарські) 24 годин
		Самостійна робота 79 годин
		Консультації 10 годин
		Форма контролю: екзамен
Мова навчання		Українська

II. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ППП: Шостак Людмила Василівна

Науковий ступінь: кандидат економічних наук

Вчене звання: доцент

Посада: доцент кафедри економіки і торгівлі

Мобільний телефон: 0503784882

E-mail: Shostak.Lyudmyla@vnu.edu.ua

Електронний розклад: <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Електронна комерція» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти сучасного бачення ролі та значення цифрових технологій у розвитку підприємництва та торгівлі. Курс охоплює як теоретичні засади функціонування електронної комерції, так і практичні інструменти ведення бізнесу в умовах цифрової економіки. Студенти отримають знання про електронні торговельні платформи, цифрові маркетингові стратегії, онлайн-платежі, логістичні рішення та системи безпеки в електронній комерції. Особливу увагу приділено інноваційним моделям електронного бізнесу, глобальним тенденціям розвитку e-commerce, а також практичним аспектам створення та просування власних онлайн-проектів.

2. Пререквізити: ОК Інформаційні системи і технології в професійній діяльності, Стратегічне управління розвитком суб'єктів господарювання, Інноваційне підприємництво та управління проектами. **Кореквізити:** ОК Переддипломна практика, Кваліфікаційна робота.

3. Мета і завдання освітнього компонента. Метою освітнього компонента «Електронна комерція» є сформувати у здобувачів компетентності для ефективного застосування технологій електронної комерції у сфері підприємництва та торгівлі, з урахуванням сучасних тенденцій глобалізації, цифровізації та інтеграції на світовий ринок. **Завдання освітнього компонента:** ознайомити здобувачів із сутністю, видами та моделями електронної комерції; сформувати навички роботи з електронними торговельними платформами (B2B, B2C, C2C, D2C); навчити застосовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу та аналітики для просування товарів і послуг в онлайн-середовищі; розвинути вміння організовувати платіжні системи та забезпечувати безпеку онлайн-транзакцій; ознайомити з особливостями електронної логістики, управління постачанням і клієнтським сервісом; розвинути компетентності у сфері правового регулювання та етики електронної комерції; сприяти формуванню практичних навичок

створення, масштабування та управління електронними бізнес-проектами з урахуванням ризиків і конкурентного середовища.

4. Результати навчання (компетентності).

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, проведення досліджень та/або здійснення інновацій, що характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Спеціальні (фахові) компетентності

СК 7. Здатність інтегрувати цифрові платформи та інформаційні технології у бізнес-процеси підприємницьких і торговельних структур для підвищення стійкості та організації бізнесу в умовах ризиків та невизначеності. ефективності управління.

Результати навчання

РН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН 13. Застосовувати сучасні інформаційні технології та цифрові платформи для автоматизації бізнес-процесів і підвищення ефективності управління підприємницькими структурами

Soft Skills

Вивчення освітнього компонента «Електронна комерція» дозволить магістрантам здобути такі Soft Skills: критичне та стратегічне мислення (оцінка можливостей і ризиків електронного бізнесу, розробка стратегій розвитку онлайн-проектів); креативність та інноваційність (створення нових бізнес-моделей, пошук нестандартних рішень у сфері e-commerce); комунікативні навички (налагодження взаємодії з клієнтами, партнерами, інвесторами у цифровому середовищі); робота в команді (координація діяльності проектних груп під час розробки та впровадження онлайн-проектів); презентаційні навички та публічні виступи (ефективне представлення результатів досліджень, бізнес-проектів та стартапів у сфері електронної комерції); академічна доброчесність (дотримання етичних принципів, авторських прав і чесності у використанні та поширенні інформації).

5. Структура освітнього компоненту

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Прак.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю / Бали**
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади електронної комерції						
Тема 1. Сутність, історія та еволюція електронної комерції	12	2	2	7	1	ДС, Т, О / 6
Тема 2. Бізнес-моделі e-commerce: B2B, B2C, C2C, B2G та їх особливості	15	2	4	9	0	ДС, Т, О / 7
Тема 3. Правове та нормативне регулювання електронної комерції в Україні та світі	11	2	2	7	1	ДС,Т, О / 6
Тема 4. Інфраструктура електронного бізнесу: платформи, сервіси та технології	12	2	2	7	1	ДС,Т,О / 7
Тема 5. Системи електронних платежів та фінансові інструменти e-commerce	12	2	2	7	1	ДС,Т,О / 7
Тема 6. Цифровий маркетинг і комунікації у сфері електронної комерції	12	2	2	7	1	ДС,РЗ/К,О / 7

Разом за модулем 1	75	12	14	44	5	40
Змістовий модуль 2. Практика та інновації в електронній комерції						
Тема 7. Управління електронними торговельними майданчиками та маркетплейсами	12	2	2	7	1	ДС,Т,О, РЗ / 6
Тема 8. Логістика та ланцюги постачання в електронному бізнесі	12	2	2	7	1	ДС,Т,О / 6
Тема 9. Кібербезпека та захист персональних даних у системах e-commerce	12	2	2	7	1	ДС,Т,О, К / 6
10. Інноваційні технології (Big Data, AI, блокчейн) у розвитку електронної комерції	12	2	2	7	1	ДС,Т,О / 6
Тема 11. Тренди та перспективи розвитку глобальної електронної комерції	12	2	2	7	1	ДС,Т,О, РЗ / 6
Разом за модулем 2	60	10	10	35	5	30
Види підсумкових робіт					30	
Модульна контрольна робота 1					МКР / 10 балів	
Модульна контрольна робота 2					МКР / 10 балів	
Всього годин / Балів	135	22	24	79	10	100

Форми контролю: ДС – дискусія, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв'язування задач/кейсів, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.*

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Самостійна робота – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачами освіти самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з рекомендованою літературою.
3. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах, тестування.
4. Контрольна перевірка знань за питаннями для самоконтролю

В рамках самостійної роботи студентам пропонується обрати та ґрунтовно опрацювати одне з теоретичних питань на вибір, пов'язаних зі стратегіями розвитку електронної комерції.

Питання для самостійної роботи

1. Що таке електронна комерція та як вона еволюціонувала у світі?
2. Які етапи розвитку e-commerce можна виділити?
3. Порівняйте традиційну торгівлю та електронну комерцію.
4. Дайте характеристику бізнес-моделям B2B, B2C, C2C, B2G.
5. Які переваги та недоліки моделі B2C?
6. Чим відрізняється C2C від B2B у практиці електронної торгівлі?
7. Розкрийте особливості застосування електронної комерції у сфері державних закупівель.
8. Які правові засади електронної комерції діють в Україні?
9. Порівняйте законодавче регулювання e-commerce в Україні та ЄС.
10. Яку роль відіграють міжнародні організації у стандартизації електронної комерції?
11. Що таке інфраструктура e-commerce?
12. Поясніть функції торговельних платформ (Amazon, Alibaba, Rozetka тощо).
13. Які типи електронних сервісів використовуються в бізнесі?
14. Що таке система електронних платежів?

15. Порівняйте різні інструменти електронних платежів (PayPal, LiqPay, Apple Pay тощо).
16. Які загрози пов'язані з онлайн-платежами?
17. Як криптовалюти інтегруються в e-commerce?
18. Охарактеризуйте роль цифрового маркетингу в електронній комерції.
19. Які інструменти інтернет-реклами найбільш ефективні для e-commerce?
20. Як працює таргетована реклама в електронній комерції?
21. Визначте роль SEO та SMM у розвитку інтернет-бізнесу.
22. Що таке омніканальний маркетинг і як він впливає на e-commerce?
23. Які комунікаційні інструменти допомагають підтримувати лояльність клієнтів?
24. Які особливості управління маркетплейсами?
25. Порівняйте власний інтернет-магазин та маркетплейс.
26. Як формується стратегія розвитку електронного торговельного майданчика?
27. Що таке електронна логістика?
28. Які моделі доставки використовуються в e-commerce?
29. Як системи управління складом (WMS) інтегруються з e-commerce?
30. Яку роль відіграє остання миля у логістиці?
31. Охарактеризуйте ризики кібербезпеки у сфері e-commerce.
32. Які методи захисту персональних даних використовуються в онлайн-бізнесі?
33. Як працює протокол SSL у забезпеченні безпеки?
34. Що таке фішинг і як він загрожує e-commerce?
35. Як GDPR впливає на діяльність компаній у сфері e-commerce?
36. Яку роль відіграє Big Data у прогнозуванні споживчої поведінки?
37. Як AI використовується в електронній комерції (чат-боти, рекомендаційні системи)?
38. Поясніть роль блокчейну в електронних транзакціях.
39. Які інноваційні технології формують майбутнє e-commerce?
40. Що таке омніканальний досвід клієнта?
41. Як мобільна комерція змінює поведінку споживачів?
42. Які тренди розвитку глобальних маркетплейсів у 2025 році?
43. Як працюють системи дропшипінгу та їхні переваги?
44. Вплив соціальних мереж на розвиток електронної комерції.
45. Що таке live-commerce і чому він стає популярним?
46. Як штучний інтелект допомагає у персоналізації покупок?
47. Які перспективи розвитку AR/VR у сфері e-commerce?
48. Порівняйте розвиток електронної комерції в США, ЄС та Китаї.
49. Як економічна нестабільність впливає на розвиток e-commerce?
50. Які напрями електронної комерції будуть найбільш перспективними у найближчі 10 років?

IV. Політика оцінювання

Оцінювання відбувається згідно Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 26.06.2025 року (<https://salو.li/6DB8307>).

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має за мету перевірку рівня підготовленості здобувачів освіти до виконання конкретної роботи. Максимальна кількість балів за поточний контроль з ОК становить 70 балів.

Підсумковий модульний контроль здійснюється після завершення вивчення тем змістового модуля, які передбачені силабусом у формі виконання здобувачем освіти модульного контрольного завдання та проводиться або під час навчального заняття (його частини), або поза розкладом згідно окремого графіка. Максимальний бал, отриманий за модульні контрольні роботи, становить, як правило, не більше як 30 балів.

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем. Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<http://surl.li/qbxvmw>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедалайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацьовувати заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено за пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, тощо – 7 балів.

V. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Підсумковий семестровий контроль проводиться у вигляді екзамену, який передбачає засвоєння здобувачем освіти теоретичного матеріалу та практичних вмінь і навичок з ОК за семестр. Під час складання екзамену здобувач може отримати від 0 до 30 балів.

Здобувач освіти допускається до складання іспиту з ОК, якщо він протягом поточної роботи набрав не менше 35 балів. Для отримання допуску здобувач освіти має відпрацьовувати практичні роботи до дати іспиту під час основної сесії. Оцінки за відпрацьовані роботи виставляються в електронний журнал успішності поруч або замість «н». У випадку, якщо здобувач освіти отримав менше ніж 35 балів, він не може бути допущеним до екзамену і повинен бути відрахований за академічну неуспішність.

Підсумкова семестрова оцінка виставляється без складання іспиту, якщо здобувач освіти успішно виконав усі завдання, передбачені силабусом освітнього компоненту, і набрав при цьому 75 балів і більше. Така оцінка виставляється у день проведення екзамену за умови обов'язкової присутності здобувача освіти. У разі незадовільної підсумкової семестрової оцінки, або за бажання підвищити рейтинг, здобувач освіти складає екзамен (30 балів), а його результат за модульні контрольні роботи анулюється.

Екзаменаційна оцінка визначається в балах від 0 до 30 балів за результатами виконання екзаменаційних завдань: 3 теоретичних питання (10 балів за кожне питання) відповідно до програми освітнього компоненту.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань на екзамен

1. Сутність та еволюція електронної комерції.

2. Відмінності між традиційною та електронною торгівлею.
3. Основні бізнес-моделі електронної комерції (B2B, B2C, C2C, G2C та ін.).
4. Ключові переваги та виклики розвитку e-commerce.
5. Складові інфраструктури електронної комерції.
6. Роль інтернет-маркетплейсів у розвитку торгівлі.
7. Правове регулювання електронної комерції в Україні.
8. Міжнародні стандарти та регламенти у сфері e-commerce.
9. Сучасні цифрові тренди в електронній комерції.
10. Поняття «цифрова економіка» та її зв'язок з електронною комерцією.
11. Основні платформи для ведення e-commerce бізнесу (Shopify, Magento, WooCommerce тощо).
12. Принципи роботи CRM-систем в електронній торгівлі.
13. Особливості застосування ERP-систем у бізнесі.
14. Використання Big Data у сфері e-commerce.
15. Сучасні методи цифрової аналітики.
16. Хмарні технології для електронної торгівлі.
17. Віртуальна та доповнена реальність у продажах.
18. Роль штучного інтелекту у розвитку електронної комерції.
19. Використання чат-ботів для комунікації з клієнтами.
20. Мобільні додатки як інструмент e-commerce.
21. Основи інтернет-маркетингу: завдання та інструменти.
22. SEO та SMM як ключові інструменти просування.
23. Контент-маркетинг в електронній комерції.
24. Використання електронної пошти у просуванні товарів і послуг.
25. Роль таргетованої та контекстної реклами.
26. Поняття Customer Journey та воронки продажів.
27. Персоналізація пропозицій для клієнтів.
28. Принципи формування цифрового бренду.
29. Вимірювання ефективності маркетингових кампаній (KPI).
30. Використання інфлюенсер-маркетингу в e-commerce.
31. Особливості організації електронної логістики.
32. Управління ланцюгами постачання у сфері e-commerce.
33. Сервіси доставки у міжнародній електронній торгівлі.
34. Електронні платіжні системи: види та особливості.
35. Переваги та недоліки електронних гаманців.
36. Використання криптовалют у сфері e-commerce.
37. Фінтех-інновації та їх роль у розвитку електронної комерції.
38. Проблеми безпеки онлайн-платежів.
39. Шахрайство в інтернет-торгівлі та методи його запобігання.
40. Законодавче регулювання електронних платежів в Україні.
41. Основні загрози інформаційній безпеці у сфері e-commerce.
42. Методи захисту персональних даних клієнтів.
43. Використання технології блокчейн для підвищення безпеки.
44. Регламент GDPR та його вплив на бізнес.
45. Авторське право та інтелектуальна власність в інтернеті.
46. Проблеми захисту прав споживачів в електронній торгівлі.
47. Етичні аспекти ведення e-commerce бізнесу.
48. Відповідальність суб'єктів за порушення законодавства в електронній торгівлі.
49. Міжнародні кейси правового врегулювання e-commerce.
50. Роль держави у регулюванні цифрової економіки.
51. Стратегії виходу бізнесу в електронну комерцію.
52. Основні етапи бізнес-планування в e-commerce.

53. Методи оцінки ефективності електронного бізнесу.
54. Розвиток соціального підприємництва в електронній торгівлі.
55. Інноваційні бізнес-моделі у сфері e-commerce.
56. Особливості міжнародної електронної торгівлі.
57. Перспективи розвитку e-commerce в Україні.
58. Вплив глобалізації на електронну комерцію.
59. Екологічні та соціальні аспекти розвитку e-commerce.
60. Майбутні тенденції електронної комерції у світі.

VI. Шкала оцінювання знань здобувачів освіти

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді екзамену здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у шкалу ECTS та лінгвістичну оцінку.

Таблиця 3

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
0–59	Незадовільно	Fx	Необхідне перескладання

Критерії оцінювання результатів навчання:

90-100 балів (відмінно): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в повному обсязі, у встановлені терміни й повно виконав завдання поточного оцінювання; відповіді правильні, обґрунтовані, логічні, містять аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки та прослідковується активність здобувача працює протягом усього курсу.

82-89 балів (дуже добре): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на поглибленому рівні; виконав більшу частину завдань поточного оцінювання; відповіді здебільшого правильні, усі передбачені силабусом навчальні завдання виконані, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані.

75-81 балів (добре): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на підвищеному рівні, може усвідомлено застосовувати знання та вміння для висвітлення суті питання; усі передбачені завдання виконані; деякі практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані недостатньо.

67-74 балів (задовільно): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на середньому рівні, теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених силабусом завдань виконано.

60-66 балів (достатньо): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на прийнятному рівні, теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні

навички роботи не сформовані, багато передбачених силабусом завдань не виконані або виконані із значною кількістю помилок.

1-59 балів (незадовільно): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силабусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Алферов М.В. Актуальні тенденції онлайн-торгівлі в Україні. URL: <https://ukraine.segodaya.ua/ukraine/aktualnye-tendentsii-onlajn-torhovli-vukraine-269568.html>
 2. Бутенко Д. С. Електронна комерція як запорука розвитку підприємництва в Україні. Ефективна економіка. 2023. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_3_33
 3. Дrajниця 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>
 4. Електронна комерція : практикум для здобувачів вищ. освіти ступеня «бакалавр» за спец. 081 «Право» [Електронне видання] / Н. Ю. Голубєва ; Нац. ун-т «Одес.юрід. академія». – Одеса : Фенікс, 2023. – 40 с. URL : <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c68a310d-1de6-4dd3-92fb-2df95ee9f75a/content>
 5. 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.
 6. Краус, Катерина Миколаївна and Краус, Наталія Миколаївна and Манжура, Олександр Васильович (2021) *Електронна комерція та інтернет-торгівля* Аграр Медіа Груп, Аграр Медіа Груп, м. Київ. ISBN 978-617-646-503-4
 7. Про електронну комерцію. Закон України від 3 вересня 2015 року № 675-VIII (зі змінами і доповненнями). URL: <http://surl.li/jrhwh>
 8. П'ятницька Г. Т., Григоренко О. М. Електронна комерція B2C: розвиток у східній Європі, ризики та ефект інституціонального витіснення. Менеджмент та підприємництво в Україні. 2019. Вип. 1. № 1. С. 122–130.
 9. Шостак Л.В., Волинець І.Г. (2025). Організація електронної комерції та планування впровадження новітніх технологій продажу в умовах цифровізації. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. Випуск 17. DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.15306737>
 10. Шостак Л.В., Бегун С.І. (2025). Електронний бізнес у контексті цифрової економіки: розвиток та адаптація бізнес-моделей. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 1
 11. Шостак Л.В., Ліпич Л.Г., Павлова С.В. (2025). Вплив електронної комерції на інновації бізнес-моделей та нові технології продажу на ринку. *Київський економічний електронний журнал*. №9. с. 302-309. DOI 10.32782/2786-765X/2025-9-40
 12. Marketing Encyclopedia. E-Commerce. URL: <http://surl.li/jyqfq>
- Інформаційні ресурси*
1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
 2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
 3. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
 4. Державний служба статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
 5. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
 6. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.