

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

06-13-269М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до організації практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни **«Інтернет-бізнес»**
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського)
рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
денної і заочної форм навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІЕМ НУВГП
Протокол № 2 від 17.10. 2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки до організації практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Інтернет-бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання. [Електронне видання] / Мартинюк О. В. – Рівне : НУВГП, 2024. – 28 с.

Укладачі: Мартинюк О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу.

Відповідальний за випуск: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу.

Керівник групи забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг» Толчанова З. О.

Попередня версія методичних вказівок: 06-13-165М

© О. В. Мартинюк, 2024
© НУВГП, 2024

ЗМІСТ

<u>1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ</u>	4
<u>2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ</u>	8
Практичне заняття № 1. Сутність та особливості інтернет-бізнесу..	8
Практичне заняття №2. Визначення типу бізнес-моделі для конкретного онлайн-проекту	9
<u>Практичне заняття №3. Цифрова стратегія інтернет-бізнесу.</u>	<u>11</u>
Практичне заняття №4. Створення сайту або лендингу для інтернет-бізнесу.	12
Практичне заняття №5. SEO-оптимізація сайту.	13
Практичне заняття №6. Контент-маркетинг в інтернет-бізнесі	14
Практичне заняття №7. Соціальні мережі як платформа інтернет-бізнесу	15
Практична робота № 8. Інтернет-реклама: Google Ads та соцмережі	16
Практичне заняття №9. Email-маркетинг та автоматизація.....	18
<u>Практичне заняття №10. Аналітика інтернет-бізнесу</u>	<u>19</u>
Практичне заняття №11. Електронна комерція та інтернет-магазини	20
Практичне заняття №12. Запуск і розвиток інтернет-бізнесу.....	22
<u>3. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ</u>	25

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Актуальність вивчення дисципліни «Інтернет-бізнес» зумовлена тим, що у сучасних умовах цифрової трансформації економіки інтернет-бізнес стає одним із ключових напрямів розвитку підприємництва та маркетингової діяльності. Висока динаміка розвитку електронної комерції, цифрових платформ і соціальних медіа змінює традиційні моделі ведення бізнесу та взаємодії зі споживачами. Для фахівців з маркетингу володіння інструментами інтернет-бізнесу є критично важливим, адже саме цифрове середовище відкриває нові можливості для аналітики ринку, просування товарів і послуг, побудови бренду, формування лояльності споживачів і монетизації контенту. Вивчення дисципліни забезпечує формування сучасного мислення маркетолога, здатного застосовувати інноваційні технології, інтернет-платформи та цифрові комунікації для досягнення стратегічних цілей бізнесу.

Метою вивчення дисципліни «Інтернет-бізнес» є формування у здобувачів вищої освіти системних знань і практичних навичок щодо створення, організації та управління бізнесом у цифровому середовищі, а також застосування сучасних інтернет-технологій і маркетингових інструментів для забезпечення ефективної діяльності підприємства в онлайн-просторі.

Завдання освітньої компоненти сформувати розуміння сутності, структури та тенденцій розвитку інтернет-бізнесу; ознайомити студентів із сучасними бізнес-моделями у цифровому середовищі (B2B, B2C, C2C, D2C тощо); навчити розробляти стратегії запуску, просування та монетизації інтернет-проектів; сформувати навички застосування інструментів інтернет-маркетингу

(SEO, SMM, контент-маркетинг, e-mail-маркетинг, аналітика); розвинути компетенції у сфері створення та управління електронними магазинами, маркетплейсами, платформами послуг; навчити використовувати аналітичні інструменти для оцінювання ефективності інтернет-бізнесу; сприяти формуванню підприємницького мислення, здатності до самостійного створення стартапів і реалізації інноваційних онлайн-проектів.

Здобувач вищої освіти повинен знати:

- Сутність інтернет-бізнесу, його відмінності від традиційних бізнес-моделей.

- Основні моделі онлайн-бізнесу: B2B, B2C, C2C, C2B, marketplace, freemium, subscription.

- Принципи формування цифрової стратегії та онлайн-ціннісної пропозиції.

- Структуру та функціональні елементи вебсайту, основи UX/UI дизайну.

- Основи SEO-оптимізації: ключові слова, метатеги, фактори ранжування.

- Принципи роботи соціальних мереж, алгоритми платформ та інструменти SMM.

- Можливості інтернет-реклами: Google Ads, соціальні мережі, типи рекламних моделей.

- Підходи до формування контент-стратегії та контент-плану.

- Основи email-маркетингу та автоматизованих комунікацій.

- Метрики ефективності інтернет-бізнесу: CTR, CPC, CPA, CPI, ROI, ROAS, конверсії.

- Механізми роботи електронної комерції, процеси оплати та логістики.

- Принципи роботи та інтерпретації даних у Google Analytics та аналітичних платформах.

- Етапи запуску онлайн-проектів, MVP, ризики та шляхи їх мінімізації.

Здобувач вищої освіти повинен уміти:

- Аналізувати ринок онлайн-бізнесу, конкурентів та цільову аудиторію.

- Формувати цифрову бізнес-ідею та оцінювати її життєздатність.

- Розробляти структуру сайту, лендингу або інтернет-магазину.

- Підбирати ключові слова, оптимізувати контент та метатеги для SEO.

- Формувати контент-план, створювати маркетинговий контент та історії бренду.

- Налаштовувати комунікації в соціальних мережах та розробляти SMM-стратегію.

- Створювати рекламні оголошення та інтерпретувати результати рекламних кампаній.

- Планувати та реалізовувати email-кампанії та автоматизовані ланцюжки листів.

- Аналізувати поведінку користувачів, трафік і конверсії за допомогою цифрових інструментів.

- Розраховувати показники ефективності (ROI, ROAS, CPA, CR).

- Обирати платформу для інтернет-магазину, визначати оптимальні способи оплати та логістики.

- Формувати фінансову модель інтернет-бізнесу та оцінювати ризики.

- Створювати дорожню карту запуску цифрового проєкту та планувати його масштабування.

Практична частина курсу реалізується через поєднання різних видів діяльності: здобувачі беруть участь у семінарських обговореннях, аналізують приклади з реальної бізнес-практики та виконують індивідуальні творчі завдання. Найскладніші кейси та комплексні практичні ситуації опрацьовуються спільно з викладачем під час аудиторних занять.

Поточний контроль охоплює усні відповіді, виконання тестових завдань, а також підготовку індивідуальних і групових проєктів.

Виконання практичних робіт сприяє глибшому опануванню навичок створення ефективних текстових матеріалів для економічних, маркетингових і управлінських комунікацій, що забезпечують досягнення бізнес-цілей організацій. Отримані знання й уміння формують професійні компетентності, необхідні для подальшої успішної діяльності у сфері бізнесу та комунікацій.

2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Практичне заняття № 1. Сутність та особливості інтернет-бізнесу.

Мета завдання:

Сформувати розуміння сутності, структури та тенденцій розвитку інтернет-бізнесу, а також проаналізувати ключові фактори успіху онлайн-компаній.

Питання теми:

1. Визначення та ключові особливості інтернет-бізнесу.
2. Відмінності інтернет-бізнесу від традиційних моделей.
3. Основні тенденції розвитку цифрової економіки.
4. Типи інтернет-бізнесу (електронна комерція, інформаційні послуги, SaaS тощо).
5. Критерії успіху онлайн-компаній.

Практичні завдання

Завдання 1. Аналіз успішного стартапу

Виберіть український або міжнародний інтернет-стартап, що був запущений не більше 5 років тому. Опишіть його ключову бізнес-ідею, цільову аудиторію та унікальну торгову пропозицію (УТП).

Завдання 2. Фактори успіху

Визначте три основні фактори, які, на вашу думку, забезпечили високу динаміку розвитку та успіх обраної

компанії. Обґрунтуйте свою відповідь, посилаючись на особливості цифрового середовища (наприклад, використання цифрових платформ, інноваційні технології, ефективна взаємодія зі споживачами).

Завдання 3. Перспективи розвитку

Запропонуйте дві конкретні рекомендації щодо подальшого масштабування бізнесу або диверсифікації його діяльності в онлайн-просторі.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Історія становлення інтернет-бізнесу.
2. Вплив цифрової трансформації на традиційні галузі.
3. Поняття та роль цифрових платформ у сучасному бізнесі.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №2. Визначення типу бізнес-моделі для конкретного онлайн-проекту

Мета завдання:

Навчити ідентифікувати, класифікувати та порівнювати різні бізнес-моделі у цифровому середовищі для вибору оптимальної моделі для конкретного онлайн-проекту.

Питання теми:

1. Сутність поняття "бізнес-модель" у цифровому просторі.

2. Класифікація бізнес-моделей за суб'єктами взаємодії (B2B, B2C, C2C, D2C, G2C).
3. Особливості цифрових екосистем.
4. Моделі монетизації (рекламна, підписка, freemium, транзакційна).
5. Приклади гібридних бізнес-моделей.

Практичні завдання

Завдання 1. Визначення моделі замовника

Для трьох наданих компаній (наприклад, Prom.ua, Netflix, Preply) визначте їхні основні бізнес-моделі за суб'єктами взаємодії (B2C, C2C, B2B тощо) та обґрунтуйте свій вибір, вказавши, хто є основним покупцем, а хто продавцем.

Завдання 2. Розробка моделі для стартапу

Ви запропонували ідею створення мобільного додатку для пошуку місцевих майстрів (сантехнік, електрик, перукар). Визначте, яка бізнес-модель (або комбінація моделей) буде найбільш ефективною. Опишіть, як додаток генеруватиме дохід (модель монетизації).

Завдання 3. Порівняльний аналіз

Проаналізуйте та порівняйте традиційну модель роздрібної торгівлі одягом з моделлю D2C (Direct-to-Consumer). Визначте ключові переваги D2C моделі в контексті цифрової економіки.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Порівняння традиційних і цифрових бізнес-моделей.

2. Ключові компоненти Canvas-моделі для онлайн-бізнесу.
3. Роль даних у бізнес-моделях цифрових гігантів.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №3. Цифрова стратегія інтернет-бізнесу

Мета завдання:

Навчитися формувати базову цифрову стратегію та визначати стратегічні цілі.

Питання теми:

1. Структура цифрової стратегії.
2. Постановка SMART-цілей.
3. Цифровий маркетинг-мікс.
4. Воронка клієнта (marketing funnel).
5. Omnichannel-стратегія.
6. KPI інтернет-бізнесу.

Практичні завдання

Завдання 1. Постановка цілей

Студентам необхідно визначити 3 SMART-цілі для нового онлайн-сервісу доставки квітів.

Завдання 2. Формування воронки

Студентам необхідно побудувати воронку клієнта для цього сервісу (етапи та очікувані дії користувача).

Завдання 3. Вибір каналів

Необхідно обрати 5 цифрових каналів для просування сервісу та обґрунтуйте вибір.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Що таке omnichannel?
2. Основні KPI інтернет-магазину.
3. Ризики при формуванні цифрової стратегії.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №4. Створення сайту або лендингу для інтернет-бізнесу

Мета завдання:

Сформувати навички планування структури та контенту вебсторінки.

Питання теми:

1. Типи сайтів для інтернет-бізнесу.
2. Структура та прототип лендингу.
3. UX/UI основи.
4. Контентна архітектура сайту.
5. Конверсійні елементи сторінки.
6. Тести юзабіліті.

Практичні завдання

Завдання 1. Структура лендингу

Створіть структуру односторінкового сайту для онлайн-курсу з англійської мови.

Завдання 2. Формування контенту

Напишіть унікальну ціннісну пропозицію (USP) та 3 ключові вигоди продукту.

Завдання 3. Конверсійні елементи

Визначте 5 елементів, що підвищать конверсію сторінки.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Принципи UX.
2. Елементи ефективного лендингу.
3. Роль візуальної ієрархії у вебдизайні.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №5. SEO-оптимізація сайту

Мета завдання:

Отримати навички базової оптимізації вебсторінки під пошукові системи.

Питання теми:

1. Що таке SEO?
2. Види SEO: технічне, внутрішнє, зовнішнє.
3. Ключові слова та методи їх добору.
4. Метатеги та заголовки.
5. Основні фактори ранжування.
6. Пошукова видимість.

Практичні завдання

Завдання 1. Підбір ключових слів

Доберіть 10 ключових слів для інтернет-магазину еко-косметики.

Завдання 2. Оптимізація метатегів

Створіть title та description для головної сторінки.

Завдання 3. SEO-аналіз

Проаналізуйте сайт конкурента: визначте 3 сильні та 3 слабкі сторони SEO.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Чому важливі метатеги?
2. Backlink-стратегія.
3. Основні інструменти SEO.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №6. Контент-маркетинг в інтернет-бізнесі

Мета завдання:

Навчитися створювати контент-стратегію та визначати її ефективність.

Питання теми:

1. Типи контенту.
2. Контент-стратегія: етапи розробки.
3. Контент-план.
4. Storytelling у маркетингу.
5. Ефективність контенту.
6. Контент як інструмент продажів.

Практичні завдання

Завдання 1. Контент-план

Розробіть контент-план на 7 днів для бренду hand-made прикрас.

Завдання 2. Створення історії бренду

Напишіть коротку історію бренду (storytelling).

Завдання 3. Типи контенту

Визначте, які типи контенту будуть найбільш ефективні для бренду та чому.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Принципи якісного візуального контенту.
2. Як вимірювати ефективність контент-маркетингу?
3. Види UGC.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №7. Соціальні мережі як платформа інтернет-бізнесу

Мета завдання:

Опанувати методи просування бізнесу в соцмережах.

Питання теми:

1. Основні платформи: Instagram, TikTok, Facebook.
2. Алгоритми соцмереж.
3. Контент для різних платформ.
4. Принципи візуальної стилістики.
5. Метрики соцмереж.

6. Робота з аудиторією.

Практичні завдання

Завдання 1. Аналіз аудиторії

Опишіть аватар клієнта для бренду кави (вік, інтереси, поведінка онлайн).

Завдання 2. Постинг-план

Створіть план постів на 5 днів для Instagram.

Завдання 3. TikTok-ідея

Розробіть ідею вірусного відео для TikTok з бюджетом 0 грн.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Як працюють алгоритми TikTok?
2. Метрики ефективності Instagram.
3. Візуальна айдентика бренду.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №8. Інтернет-реклама: Google Ads та соцмережі

Мета завдання:

Навчитися створювати рекламні оголошення та визначати їхню ефективність.

Питання теми:

1. Види інтернет-реклами.
2. Google Ads: структура акаунта.

3. Таргетинг в соцмережах.
4. Структура рекламного оголошення.
5. CTR, CPC, CPM.
6. Аналіз результатів реклами.

Практичні завдання

Завдання 1. Створення оголошення

Напишіть текст оголошення для Google Ads для інтернет-магазину спортивного одягу.

Завдання 2. Аудиторія для таргетингу

Визначте 3 сегменти цільової аудиторії в Instagram Ads.

Завдання 3. Оцінка метрик

Проаналізуйте рекламну кампанію: CTR = 3,2%, CPC = 4,5 грн, бюджет = 900 грн. Визначте кількість кліків та оцініть ефективність.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Чим відрізняються CPC та CPM?
2. Що таке рівень релевантності?
3. Помилки при налаштуванні реклами.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №9. Email-маркетинг та автоматизація

Мета завдання:

Сформувати розуміння циклу email-комунікацій та автоматизованих сценаріїв.

Питання теми:

1. Види email-кампаній.
2. Автоматизовані сценарії.
3. Структура листа.
4. Open Rate, Click Rate.
5. Персоналізація.
6. CRM-інтеграції.

Практичні завдання

Завдання 1. Створення вітального листа

Розробіть текст welcome-листа для нового інтернет-магазину солодощів.

Завдання 2. Сценарій автоматизації

Створіть ланцюжок із 3 листів для нових підписників.

Завдання 3. Аналіз ефективності:

Маючи Open Rate 28% та Click Rate 4%, визначте, що можна покращити.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Чому важлива сегментація бази?
2. Переваги автоматизованих листів.
3. Помилки email-маркетингу.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №10. Аналітика інтернет-бізнесу

Мета завдання:

Навчитися читати та інтерпретувати цифрові метрики.

Питання теми:

1. Google Analytics.
2. Потоки трафіку.
3. Поведінка користувачів.
4. Конверсії.
5. ROI, ROAS.
6. Аналітика соцмереж.

Практичні завдання

Завдання 1. Інтерпретація трафіку

Отримано дані: 55% — органіка, 25% — соцмережі, 20% — реклама. Поясніть, які висновки може зробити бізнес.

Завдання 2. Розрахунок ROAS

Вихідні дані: бюджет = 3000 грн, дохід від кампанії = 12 500 грн. Розрахуйте ROAS.

Середня тривалість сеансу = 28 сек, bounce rate = 69%. Дайте рекомендації.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Які події варто відстежувати на сайті?
2. Воронка конверсій.
3. Як аналітика впливає на бізнес-рішення?

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №11. Електронна комерція та інтернет-магазини

Мета завдання:

Опанувати механізми роботи онлайн-торгівлі та логістики.

Питання теми:

1. Платформи e-commerce.
2. Процес оформлення замовлення.
3. Платіжні системи.
4. Логістика та повернення.
5. Кошик користувача.
6. Customer experience.

Практичні завдання

Завдання 1. Аналіз ефективності рекламної кампанії

Інтернет-магазин еко-аксесуарів запустив рекламну кампанію в Meta Ads. За 14 днів отримано такі дані:

- Витрати на рекламу — 12 500 грн
- Кількість кліків — 3 850
- Кількість замовлень — 118
- Середній чек — 420 грн

Необхідно:

1. розрахувати CPC, CPA, CR;
2. визначити суму виручки;
3. розрахувати ROAS;
4. зробити висновок, чи є кампанія ефективною, якщо мінімальний прийнятний ROAS = 3.

Завдання 2. Воронка продажів сайту

Сайт онлайн-курсу з інтернет-маркетингу за місяць має такі показники:

- Унікальні відвідувачі — 21 500
- Перехід на сторінку тарифів — 5 900
- Додавання курсу в кошик — 1 360
- Оплата — 740
- Вартість курсу — 1 900 грн

Необхідно:

1. розрахувати коефіцієнт конверсії між кожним етапом;
2. розрахувати загальну конверсію;
3. визначити загальну виручку;
4. запропонувати 2 гіпотези для покращення воронки.

Питання для самостійного опрацювання:

1. UX оплати.
2. Які проблеми знижують конверсію e-commerce?
3. Особливості мобільної версії.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

Практичне заняття №12. Запуск і розвиток інтернет-бізнесу

Мета завдання:

Навчитися формувати дорожню карту запуску бізнесу та оцінювати ризики.

Питання теми:

1. Етапи запуску інтернет-бізнесу.
2. MVP.
3. Фінансова модель онлайн-бізнесу.
4. Ризики та їх мінімізація.
5. Масштабування.
6. Контроль ефективності.

Практичні завдання

Завдання 1. Фінансова модель запуску інтернет-магазину

Планується відкриття інтернет-магазину подарункових наборів. Вихідні дані:

- Витрати на розробку сайту — 38 000 грн
- Закупівля стартової партії товару — 54 000 грн
- Реклама на перші 2 місяці — 18 000 грн
- Очікувана кількість продажів у місяць — 260 од.
- Середня маржа з одиниці — 95 грн

Необхідно:

1. розрахувати загальні початкові інвестиції;
2. обчислити прогностичний місячний прибуток;
3. визначити строк окупності проєкту;
4. оцінити, чи варто масштабувати проєкт після окупності.

Завдання 2. Вибір цифрового каналу та прогноз ефективності

Стартап із продажу цифрових блокнотів обирає між двома рекламними каналами: TikTok Ads та Google Ads. Очікувані параметри:

TikTok Ads

- Бюджет — 12 000 грн
- Прогнозований CPC — 4,2 грн
- Конверсія у покупку — 2,6%
- Середній чек — 230 грн

Google Ads

- Бюджет — 12 000 грн
- Прогнозований CPC — 7,5 грн
- Конверсія у покупку — 4,1%
- Середній чек — 230 грн

Необхідно:

1. визначити кількість переходів у кожному каналі;
2. обчислити кількість покупок;
3. розрахувати виручку та прибуток (маржа 55%);
4. визначити, який канал є вигіднішим.

Завдання 3. Оцінка ризиків і сценаріїв розвитку проєкту

Інтернет-платформа пропонує онлайн-курси з розвитку soft skills. Сценарії продажів на 3 місяці:

Оптимістичний:

- Трафік — 14 000/міс
- Конверсія — 2,4%
- Середній дохід з продажу — 1 100 грн

Реалістичний:

- Трафік — 9 000/міс
- Конверсія — 1,8%
- Середній дохід — 1 100 грн

Песимістичний:

- Трафік — 5 500/міс
- Конверсія — 1,2%
- Середній дохід — 1 100 грн

Фіксовані витрати за 3 місяці — 85 000 грн

Змінні витрати на одного покупця — 120 грн

Необхідно:

1. для кожного сценарію визначити кількість покупців;
2. розрахувати валовий дохід і чистий прибуток;
3. визначити точку беззбитковості;
4. оцінити ризики та зробити висновок, чи проєкт є стійким.

Питання для самостійного опрацювання:

1. Чим MVP відрізняється від повноцінного продукту?
2. Як обирати нішу для інтернет-бізнесу?
3. Методи масштабування.

Перелік рекомендованих джерел інформації: [2-27]

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Базова література

1. Андронік О. Л., Воронін А. В. Опорний конспект лекцій «Інтернет-бізнес» : навч.-метод. посіб. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. 171 с.
2. Бойко Л. О. Маркетинг впливу в соціальних мережах : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 128 с.
3. Вовк В. І. Цифрові інструменти маркетингу : посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2023. 200 с.
4. Котлер Ф., Картаджая Г., Сетьяван А. Маркетинг 5.0. Технології для людства / пер. з англ. Київ : КМ-БУКС, 2022. 256 с.
5. Маркетинг : навч. посібник / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, З. О. Толчанова, Б. О. Король, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
6. Сак Т. Електронна комерція та глобальне підприємництво : курс лекцій. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2023. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22433/1/ek_kl%202023.pdf.
7. Цифровий маркетинг : навч. посіб. / О. П. Крушельницька та ін. Житомир : Житомирська політехніка, 2023. 200 с.
8. Яновська В. П., Діденко К. В. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : НАУ, 2022. 184 с.

Допоміжна література

9. Адасюк І. П., Мартинюк О. В. SWOT-аналіз аутсорсингу бухгалтерських послуг. *Вісник Хмельницького*

національного університету. Серія: економічні науки. 2021. № 1. С. 95–99.

10. Баула О., Лютак О., Федішин В. Розвиток електронної комерції та її вплив на вітчизняне та міжнародне бізнес-середовище. *Економічний простір*. 2024. № 189. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua>.

11. Електронна комерція : навч. посіб. / уклад. С. О. Лебеденко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 73 с.

12. Кізловська Н. Д. Використання штучного інтелекту в цифровому маркетингу: виклики та можливості. *Маркетинг і цифрові технології*. 2024. Т. 8, № 1. С. 45–56.

13. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-метод. посіб. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

14. Кутас М. С. Інтернет-маркетинг: основи та застосування. Київ : Університет «КРОК», 2021. 140 с.

15. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська та ін. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.

16. Олешко Т. І., Касьянова Н. В., Смерічевський С. Ф. Цифрова економіка : підручник. Київ : НАУ, 2022. 200 с.

17. Павлюк Т., Бухаріна Л. М., Полусмяк Ю. І. Економіка торгівлі: концептуальні основи сучасного розвитку : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 144 с.

18. Стежко Н., Шевчук І. Тенденції розвитку світової електронної комерції в умовах діджиталізації бізнесу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 5(05). С. 59–64.

19. Федорів А. Папа бренду. Як створити і розкрутити бізнес в Україні. Київ : Лабораторія, 2023. 288 с.

20. Чушенко О., Смерічевська С. Цифрова економіка: сучасні світові тенденції розвитку. *Інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни*. 2024. URL:

<https://confmanagementproc.kpi.ua/article/view/303879>.

21. Dwivedi Y. K. et al. So what is ChatGPT anyway? A comprehensive review of the opportunities, risks, and implications of generative artificial intelligence for business. *International Journal of Information Management*. 2024. Vol. 71. Article 102642.

22. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. 3rd ed. London : Kogan Page, 2023. 400 p.

23. Laudon K. C., Traver C. G. E-Commerce 2023–2024: Business, Technology, Society. 18th ed. Harlow : Pearson, 2023. 912 p.

24. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation). *Review of Economics and Finance*. 2022. Vol. 20. P. 1042–1050.

25. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Adasiuk I., Martyniuk O. Brand Promotion Strategy in the Internet Services Market. *Scientific Horizons*. 2022. Vol. 24(7). P. 100–108.

26. Tools for marketing management of industrial enterprises in Ukraine based on the principles of sustainable development / M. Malchyk, O. Popko, O. Martyniuk, N. Hontarenko, I. Oplachko. *International Journal of Management*. 2020. Vol. 11(4). P. 385–394.

27. Rogers D. L. The Digital Transformation Roadmap: Rebuild Your Organization for Continuous Change. New York : Columbia Business School Publishing, 2023. 272 p.

Інформаційні ресурси

28. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

29. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУБГП. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua>.

30. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.

31. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

32. Рівненська державна обласна бібліотека. URL: <http://www.libr.rv.ua/>.

Методичне забезпечення

33. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>:

34. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.

35. Пакети тестових завдань з кожної теми та в цілому по всьому курсу дисципліни.