

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування (602)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми



Вікторія ФУРЦОВА

(підпис)

(ініціали та прізвище)

«29» серпня 2025 р.

**СИЛАБУС
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: 075 Маркетинг
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: Маркетинг
(найменування освітньої програми)

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Силабус введено в дію з 01.09.2025

Харків – 2025 р.

Розробник: Шевченко І.О., д-р. екон. н., доц., проф. каф.602

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь та вчене звання)

(підпис)



Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування

(назва кафедри)

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 р.

Завідувач кафедри доц., канд. екон. наук

(науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

Валентина ГАТИЛО

(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Погоджено з представником здобувачів освіти:



(підпис)

Аліна БЕЗРУЧЕНКО

(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

1. Загальна інформація про викладача



Шевченко Ірина Олександрівна,
д-р економ. наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та бізнес-
адміністрування.

Стаж викладацької роботи – з 2015 року; в
університеті викладає такі дисципліни:

- маркетинговий менеджмент;
- цифровий маркетинг;
- електронна комерція.

Напрями наукових досліджень: розвиток
державного фінансового контролю;
цифрова торгівля на глобальних ринках;
маркетинговий інструментарій в умовах
цифровізації; міжнародні економічні
відносини.

2. Опис навчальної дисципліни

Семестр, в якому викладається дисципліна 2(4,6)

Обсяг дисципліни: 4,5кредитів ЄКТС/135годин, у тому числі аудиторних – 48 год., самостійної роботи здобувачів – 87год.

Форма здобуття освіти – денна/заочна//дистанційна

Дисципліна обов'язкова

Види навчальної діяльності – лекції, практики

Види контролю – модульний контроль, іспит

Мова викладання – українська/англійська

Пререквізити – *необхідні попередні дисципліни* Маркетинг, Маркетингові дослідження, Інформатика.

Кореквізити – *необхідні супутні дисципліни* Поведінка споживача. Цифровий маркетинг.

3. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: ознайомлення студентів з теоретичними основами електронної комерції, формування практичних навичок організації комерційної діяльності сучасних суб'єктів господарювання у глобальному інформаційному середовищі.

Завдання:

1. Розкрити теоретичні та прикладні аспекти формування й функціонування електронної комерції в сучасних умовах.

2. Вивчити характер і особливості організації діяльності специфічних суб'єктів електронного бізнесу, зокрема електронних магазинів, аукціонів, торговельних майданчиків, платіжних систем.

3. Проаналізувати специфіку надання різних видів послуг, маркетингового забезпечення та цінової політики в електронній комерції.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**:

- ЗКЗ. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.
- ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

- ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Програмні результати навчання:

- ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

- ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

4. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

Змістовний модуль 1. «Основи функціонування електронної комерції. Платіжні та фінансові системи Internet»

Тема 1. Поняття й загальні властивості електронної комерції.

- форма занять (лекції, практичні);;
- теми практичних занять- Поняття й загальні властивості електронної комерції;
- обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;
- теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Нові й старі способи продажу товару. Складові електронної комерції. Порівняльна характеристика використання Internet. Статистичні дані про обсяг онлайн-торгівлі. Особливості Internet порівняно з традиційними видами ринку. Нові можливості ведення бізнесу за допомогою Internet, нові продукти та послуги.

1. Поняття електронної комерції.
2. Порівняльний аналіз традиційної комерції з електронною.
3. Категорії взаємодії в електронній комерції.
4. Сфери поширення й рівні електронної комерції.
5. Можливості електронної комерції.
6. Національна система електронного цифрового підпису.
7. Національна система масових електронних платежів.

Тема 2. Основні категорії Internet та інструментарій електронної комерції.

- форма занять (лекції, практичні);
- теми практичних занять - Основні категорії Internet та інструментарій електронної;
- обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;
- теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Технологія Ethernet. Протокол IP. Надійність обміну даних. Порти. Протокол TCP. Протоколи прикладного рівня Internet. Протоколи SMTP, POP3, FTP, HTTP.

1. Принципи побудови глобальної комп'ютерної мережі Internet.
2. Стек протоколів TCP/IP, IP-адреси.
3. Система доменних імен.
4. Служби Інтернету.
5. Інші мережі.

Тема 3. Безпека й захист інформації в електронній комерції.

- форма занять (лекції, практичні);
- теми практичних занять - Безпека й захист інформації в електронній комерції;
- обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;
- теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Загальне поняття про інформаційну безпеку. Основні механізми інформаційної безпеки. Проблеми безпеки систем, що стосуються електронної комерції. Типи загроз. Засоби захисту цілості даних і програм від шкідливих програм – комп'ютерних вірусів. Антивірусні програми.

1. Основні поняття безпеки.
2. Криптографічні засоби шифрування інформації.
3. Цифровий підпис.
4. Сертифікати.
5. Протоколи й стандарти безпеки.
6. Забезпечення захисту у платіжних системах в Internet.

Тема 4. Платіжні та фінансові системи Internet.

– форма занять (лекції, практичні); – теми практичних занять - Платіжні та фінансові системи Internet;

– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Класифікація платіжних систем Internet. Платіжна система «Система Internet-комерції». Платіжна система «Посередники». Система PayCash. Розрахунки в системі PayCash. Тенденції розвитку світового ринку Smart-карт. Розрахунки у системі Інтерплат. Платежі в системі Home Banking. Страхові портали.

Поняття про платіжні системи в Internet.

1. Кредитні Internet-системи.
2. Дебетові електронні платіжні системи.
3. Електронні гроші в українському Інтернеті.

Модульний контроль

Змістовний модуль 2. Маркетинг та підтримка споживачів в Internet. Віртуальні підприємства та програмні агенти. Забезпечення та ефективність електронної комерції.

Тема 5. Маркетинг в Internet.

– форма занять (лекції, практичні);

– теми практичних занять - Маркетинг в Internet;

– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Вплив Internet на систему маркетингу підприємства. Товар і товарна політика. Ціна і цінова політика. Система збуту. Сервісне обслуговування та підтримка споживачів. Спостереження. Експеримент. Форми реклами: байрики, interstitials, міні-сайт, колаж, розсилання (пряма реклама), спонсорський

1. Особливості електронного маркетингу.
2. Ціноутворення на електронному ринку інформаційних послуг.
3. Основні принципи електронної реклами.
4. Переваги та недоліки електронної реклами.
5. Етапи просування реклами в Internet.
6. Види електронної реклами

Тема 6. Електронна підтримка споживачів.

– форма занять (лекції, практичні);

– теми практичних занять - Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем.;

– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

1. Сайт як засіб підтримки споживачів.
2. Системи управління закупівлями (e-procurement).
3. Системи повного циклу супроводу постачальників (SCM-система).
4. Системи управління продажами (E-distribution).
5. Системи повного циклу супроводу споживачів (CRM-системи).

Тема 7. Віртуальні підприємства

– форма занять (лекції, практичні);
– теми практичних занять - Віртуальні підприємства;
– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Поняття віртуального підприємства. Класи віртуальних підприємств. "Життєвий цикл" та необхідні функціональні можливості (функціональності) віртуальних підприємств. Технологічні засоби для побудови віртуальних підприємств. Етапи створення віртуального підприємства. Приклади реальних віртуальних підприємств.

1. Концепція телепідключення, модель SOHO, віртуальні офіси. Виникнення віртуальних підприємств.

2. Поняття віртуальних підприємств та їх класифікація.

3. Загальна характеристика інформаційних технологій для віртуальних підприємств.

Тема 8. Тактичні прийоми електронної комерції.

– форма занять (лекції, практичні);
– теми практичних занять - Тактичні прийоми електронної комерції;
– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Internet як основа розвитку системи електронної комерції. Розвиток та використання стандартів у системах електронної комерції. Програмні агенти як посередники в електронній комерції.

1. Загальні поняття про програмних агентів.

2. Поняття про програмні агенти, класифікація та перспективи використання.

3. Архітектура програмних агентів і типи міжагентних комунікацій.

4. Подання інформації для програмних агентів.

5. Застосування електронної комерції.

Тема 9. Правове і організаційне забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.

– форма занять (лекції, практичні);
– теми практичних занять – Правове і організаційне забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції;
– обов'язкові предмети та засоби (обладнання, устаткування, матеріали, інструменти)- комп'ютери;

– теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Гнучкість організаційної структури. Підвищення ефективності в електронній комерції. Необхідність експериментування в ринковому просторі. Організаційні питання в електронній комерції. Практичні питання в електронній комерції. Правові питання в електронній комерції.

1. Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції.

2. Системи електронного документообігу в електронній комерції.

3. Методи визначення ефективності електронної комерції.

4. Напрямки оцінювання ефективності електронної комерції.

5. Необхідність експериментування в ринковому просторі.

Модульний контроль

5. Індивідуальні завдання

Аналіз соціальних мереж та створення сайту

6. Методи навчання

Активізація навчально-пізнавальної діяльності студентів здійснюється через застосування таких форм навчання, як:

- лекції;
- практики;
- презентації навчальних матеріалів, виконаних творчих завдань;
- моделюючі вправи, розв'язування творчих завдань;
- роботу в Інтернеті, бібліотеці;
- складання схем, таблиць, графіків тощо;
- консультації (настановні, контрольні, проблемні).

7. Методи контролю

Поточний контроль (теоретичне опитування й розв'язання практичних завдань), модульний контроль (тестування за розділами курсу) та підсумковий (семестровий) контроль (іспит).

8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Робота на лекціях	0...1	5	0...5
Виконання і захист лабораторних (практичних) робіт	0...5	4	0...20
Модульний контроль	0...15	1	0...15
Змістовний модуль 2			
Робота на лекціях	0...1	5	0...5
Виконання і захист лабораторних (практичних) робіт	0...5	4	0...20
Модульний контроль	0...15	1	0...15
Виконання і захист РГР (РР, РК)	0...20	1	0...20
Усього за семестр			0...100

Білет для іспиту/заліку складається з:

1. Теоретичне питання – 30 б.
2. Теоретичне питання – 30 б.
3. Практичне завдання - 40 б

Критерії оцінювання роботи здобувача протягом семестру

Задовільно (60-74). Показати мінімум знань та умінь. Захистити всі індивідуальні завдання та здати тестування. Знати теоретичні відомості щодо застосування Інтернет-технологій в бізнесі, основні засоби забезпечення безпеки в мережі Internet.

Добре (75-89). Твердо знати мінімум, захистити всі індивідуальні завдання, виконати всі РР, здати тестування та поза аудиторну самостійну роботу. Знати теоретичні відомості щодо застосування Інтернет-технологій в бізнесі, основні засоби забезпечення безпеки в мережі Internet, види та діяльність платіжних систем в електронній комерції, системи підтримки споживачів, посередників й постачальників у електронній комерції.

Відмінно (90-100). Здати всі контрольні точки з оцінкою «відмінно». Досконально знати всі теми та уміти застосовувати їх.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційований залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

9. Політика навчального курсу

Студенти мають діяти відповідно Положенню Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» «Про академічну доброчесність».

Розрахункова робота повинна демонструвати досягнення результатів навчання, визначених освітньою програмою, здатність студента логічно, на підставі сучасних наукових методів викладати свої погляди за темою роботи, самостійно робити обґрунтовані висновки й формулювати конкретні пропозиції щодо отриманих результатів. У роботі не допускається списування, фабрикація та фальсифікація.

10. Політика академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає (Методичні рекомендації для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності. Лист МОН України № 1/9-650 від 23.10.2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v-650729-18#n211>):

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

11. Методичне забезпечення

1. Селищев, В.С. Електронна комерція [Електронний ресурс]: навч. посіб. / В.С. Селищев, Д.В. Головань. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2013. – 135 с.

1. Навчально-методичне забезпечення дисципліни "Поведінка споживачів" для бакалаврів Електронний ресурс. – Режим доступу [https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=&ext=no&theme_path=0%2C-337%2C2769&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=beginwith&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&litttype_list=0&theme_list=0&discipline_search=&discipline_list=&tpage=1&step=20&faculty_list=0&department_list=&speciality_list=0&knmz_doctype_list=0&speciality_knmz_list=&sillabus_list=&knowledgearea_list=&qualificationlevel_list=&initiator_mode=SearchDocForm&full_searchfld=&ecopy=0&combiningAND=0&is_ttp=1&print_basket=%2C&docid=510531296&doctype_list=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0](https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=&ext=no&theme_path=0%2C-337%2C2769&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=beginwith&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&litttype_list=0&theme_list=0&discipline_search=&discipline_list=&tpage=1&step=20&faculty_list=0&department_list=&speciality_list=0&knmz_doctype_list=0&speciality_knmz_list=&sillabus_list=&knowledgearea_list=&qualificationlevel_list=&initiator_mode=SearchDocForm&full_searchfld=&ecopy=0&combiningAND=0&is_ttp=1&print_basket=%2C&docid=510531296&doctype_list=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0) посилання на курс у системі дистанційного навчання Ментор <https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=832>

12. Рекомендована література

1. Шалева, О.І. Електронна комерція [Текст]: навч. посіб. / О.І. Шалева. – К.: Центр учбової літ., 2011. – 216 с.
2. Плескач, В.Л. Електронна комерція [Текст]: підручник / В.Л. Плескач, Т.Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с.
3. Макарова, М.В. Електронна комерція [Текст]: навч. посіб. / М.В. Макарова. – К.: ВЦ «Академія», 2002. – 272 с.
4. Козак, І.А. Інформаційні технології віртуальних організацій [Текст]: навч. посіб. / І.А. Козак. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
5. Плескач, В. Л. Електронна комерція [Текст] : підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – Київ : Знання, 2007. – 535 с.
6. Краус, К. М. Електронна комерція та інтернет-торгівля [Текст] : навчально-методичний посібник / К. М. Краус, Н. М. Краус, О. В. Манжура. – Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.
7. Тардаскіна, Т. М. Електронна комерція [Текст] : навчальний посібник / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. – Одеса : Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, 2011.

Допоміжна

1. Береза А.М. Електронна комерція [Текст]: навч. посіб. / А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Левченко та ін. – К.: КНЕУ, 2002. – 326 с.
2. Дrajниця С. А. — Електронна комерція: навчальний посібник (рекомендовано МОН України). — К.: Новий світ-2000, 2025.
3. Літовченко, І.Л. Інтернет-маркетинг [Текст]: навч. посіб. / І.Л. Літовченко, В.П. Пилипчик. – К.: Центр учбової літ., 2008. – 184 с.
4. Кожухов, В. Д. Міжнародна інформація [Текст] : конспект лекцій / В. Д. Кожухов, В. С. Селищев. – Харків : Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2003. – 123 с.

13. Інформаційні ресурси

1. http://pidruchniki.ws/14100821/informatika/elektronna_komertsiya_-_shaleva_oi
2. https://uk.wikipedia.org/wiki/Електронна_комерція
3. http://pidruchniki.com/12090613/finansii/elektronna_komertsiya
4. http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=75431
5. Навчально-методичне забезпечення дисципліни "Електронна комерція" для бакалаврів Електронний ресурс. – Режим доступу [https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=&ext=no&theme_path=0%2C-337%2C2769&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=beginwith&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&littypelist=0&theme_list=0&discipline_search=&discipline_list=&tpage=1&step=20&faculty_list=0&department_list=&speciality_list=0&knmz_doctype_list=0&speciality_knmz_list=&sillabus_list=&knowledgearea_list=&qualificationlevel_list=&initiator_mode=SearchDocForm&full_searchfld=&ecopy=0&combiningAND=0&is_ttp=1&print_basket=%2C&docid=510531296&doctype_list=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0](https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=&ext=no&theme_path=0%2C-337%2C2769&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=beginwith&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&littypelist=0&theme_list=0&discipline_search=&discipline_list=&tpage=1&step=20&faculty_list=0&department_list=&speciality_list=0&knmz_doctype_list=0&speciality_knmz_list=&sillabus_list=&knowledgearea_list=&qualificationlevel_list=&initiator_mode=SearchDocForm&full_searchfld=&ecopy=0&combiningAND=0&is_ttp=1&print_basket=%2C&docid=510531296&doctype_list=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0&doctoselect=0)