МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Кафедра економіки та маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Голова науково-методичної комісії **051 «Економіка»**

_____ _ Перерва П.Г. ____ _
(підпис) (ініціали та прізвище)

_____ _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____»_____2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВБ 1.10 “Електронна комерція”

рівень вищої освіти	**Перший освітньо-професійний рівень (бакалаври)**
Галузь знань	**05 – «Соціальні та поведінкові науки»**
Спеціальність	**051 «Економіка»**
Спеціалізація	**051.01 «Економіка бізнесу**
Спеціалізація	**051-02 «Економіка підприємства»**
Вид дисципліни	**вибіркова дисципліна**
Форма навчання	**денна, заочна**

Харків – 2019 рік

1. ЛИСТ ЗАТВЕРДЖЕННЯ

Робоча програма з навчальної дисципліни **ВБ 1.10 “Електронна комерція”**

Розробник:

асистент кафедри економіки та маркетингу Є.О. Опарій

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри економіки та маркетингу

Протокол від «21» березня 2019 року № 4

Завідувач кафедри економіки та маркетингу проф В.В. Сисоєв

2. ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Кафедра

Завідувач кафедри проф В.В. Сисоєв

«_____» _____ 2019 р.

3. ЛИСТ ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕННЯ РОБОЧОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри	Підпис голови НМК (для дисциплін загальної підготовки та дисциплін професійної підготовки за спеціальністю) або завідувача випускової кафедри (для дисциплін професійної підготовки зі спеціалізації, якщо РПНД розроблена не випусковою кафедрою)

4. МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ТА СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1 Мета дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни "Електронна комерція" є формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи її ведення, механізми підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни "Електронна комерція" є:

- розуміння сутності електронного бізнесу та е-комерції;
- вивчення видів та моделей е-бізнесу;
- усвідомлення сутності системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі.

4.2 Компетентності

Після вивчення дисципліни студент набуває:

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)

Шифр	Зміст
СК07	Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.
СК11	Здатність використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування економічних рішень.
СК1.5	Здатність до розроблення управлінських рішень в сфері бізнес-проектування, електронної комерції та міжнародного бізнесу.

4.3 Результати навчання:

Після опанування дисципліни студент повинен:

знати:

– теоретичні основи організації та функціонування підприємств електронного бізнесу,
– види електронного бізнесу,
– особливості формування системи електронної комерції у корпоративному секторі та системи електронної комерції у споживчому секторі.

вміти:

– характеризувати кожний із видів електронного бізнесу,
– наводити приклади моделей е-комерції,
– створювати електронний магазин,
– робити покупки за допомогою електронного магазину з використанням різноманітних видів електронних платіжних систем.

Програмні результати навчання (ПР)

Шифр	Зміст
ПР15	Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.
ПР19	Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність.
ПР1.6	Застосовувати сучасні методи та форми проведення діагностики бізнесу та попередження ризиків, визначати його конкурентоспроможність.

4.4 Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Попередні дисципліни:	Наступні дисципліни:
Загальна підготовка	
ЗП 4 Економічна теорія	
ЗП 5 Економічна інформатика	
ЗП 8 Правознавство	
Професійна підготовка за спеціальністю	
ПП 1 Вступ до спеціальності	
ПП 3 Розміщення продуктивних сил	
ПП 4 Економіка підприємства	
ПП 5 Маркетинг	
ПП 6 Фінанси, гроші і кредит	
ПП 14 Економіка інформації	
Вибірковий блок 01 «Економіка бізнесу»	
ВБ1.1 Управління ресурсами підприємства	ВБ1.12 Економічна безпека бізнесу
ВБ1.3 Бізнес-економіка	ВБ 1.13 Організація власного бізнесу
ВБ1.8 Бізнес логістика	
Вибірковий блок 02 «Економіка підприємства»	
ВБ2.2 Управління витратами	ВБ2.11 Економічна безпека підприємства
ВБ2.3 Економіка підприємництва	
ВБ2.6 Державне регулювання економіки	
ВБ2.8 Логістика	

5. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(розподіл навчального часу за семестрами та видами навчальних занять)

Семестр	Загальний обсяг (годин) / кредитів ECTS	З них		За видами аудиторних занять (годин)			Індивідуальні завдання студентів (КП, КР, РГ, Р, РЕ)	Поточний контроль	Семестровий контроль	
		Аудиторні заняття (годин)	Самостійна робота (годин)	Лекції	Лабораторні заняття	Практичні заняття, семінари		Контрольні роботи (кількість робіт)	Залік	Екзамен
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7	**150/5**	**64**	**86**	**32**	**32**	**-**	**РЕ**	**2**	**-**	**+**
7	**150/5**	**12**	**138**	**6**	**6**	**-**	**РЕ**	**-**	**-**	**+**

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загального обсягу складає:

для денної форми навчання – 42,67%;

для заочної форми навчання – 8%;

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п.	Види навчальних занять (Л, ЛЗ, ПЗ, СР)	Кількість годин	Номер семестру (якщо дисципліна викладається у декількох семестрах). Назви змістових модулів. Найменування тем та питань кожного заняття. Завдання на самостійну роботу.	Рекомендована література (базова, допоміжна)
1	2	3	4	5
Змістовий модуль № 1 - Організаційно - методичні основи електронної комерції / 2 кредити (модульний контроль - 6 тиждень)				
1	Л	2	Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції. **Частина 1.** Питання: 1. Предмет і задачі курсу 2. Суть і зміст електронної комерції. 3. Основні категорії і класи електронної комерції.	1-5
2	ЛР	2	Питання:	1-5

			1. Основні категорії Internet та інструментарій електронної комерції.	
3	Л	2	Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції. **Частина 2.** Питання: 4. Розвиток і сфери застосування електронної комерції. 5. Учасники електронного ринку. 6. Проблеми розвитку електронної комерції в Україні та у світі.	1-5
4	ЛР	2	Питання: 1. Безпека і захист інформації в Internet.	1-5
-	СР	10	Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції.	1-5
5	Л	2	Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції. **Частина 1.** Питання: 1. Основні категорії мережі Internet. 2. Основні служби мережі Internet. 3. Ідентифікація Internet-ресурсів. 4. Особливості українського сегмента Internet.	1-5
6	ЛР	2	Питання: 1. Організація і технологія роботи Internet-магазину.	1-5
7	Л	2	Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції. **Частина 2.** Питання: 5. Процедура створення Web-сайта. 6. Бізнес-моделі сайтів	1-5
8	ЛР	2	Питання: 1. Опис електронного магазину.	1-5
-	СР	10	Тема 2. Основні категорії та інструментарій електронної комерції.	1-5
9	Л	2	Тема 3. Організація і технологія роботи Internet-магазину. **Частина 1.** Питання: 1. Поняття Internet-магазину та	1-5

			особливості його функціонування. 2. Класифікація Internet-магазинів. 3. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах.	
10	ЛР	2	Питання: 1. Робота з електронним магазином.	1-5
11	Л	2	Тема 3. Організація і технологія роботи Internet-магазину. **Частина 2.** Питання: 4. Характеристика методів розрахунку за придбаний товар. 5. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині. 6. Електронні моли як перспективна форма Internet-торгівлі.	1-5
-	СР	10	Підготовка до модульної контрольної роботи №1.	1-5
12	ЛР	2	Модульна контрольна робота №1	1-5
	Л	12		
	ЛР	12		
	СР	30		
	М1	54		
Змістовий модуль № 2 - Використання сучасних інформаційних технології для рішення маркетингових задач / 2 кредити (модульний контроль - 16 тиждень)				
13	Л	2	Тема 4. Організація продажу товарів через Internet-аукціони. Питання: 1. Суть і особливості віртуальних аукціонів. 2. Типи аукціонів та товари, що продаються на Internet-аукціонах. 3. Організаційне забезпечення Internet-аукціонів. 4. Організація роботи віртуального аукціону	1-5
14	ЛР	2	Питання: 1. Організація продажу товарів через Internet-аукціони.	1-5
-	СР	3	Тема 4. Організація продажу товарів через Internet-аукціони.	1-5
15	Л	2	Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні	1-5

			торговельні майданчики. Питання: 1. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. 2. Види і структура електронних торговельних майданчиків. 3. Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики. 4. Горизонтальні (багатогалузеві)торговельні майданчики. 5. Internet-представництва бізнес-структур.	
16	ЛР	2	Питання: 1. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики.	1-5
-	СР	3	Тема 5. Організація оптового продажу товарів та послуг через електронні торговельні майданчики.	
17	Л	2	Тема 6. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції. **Частина 1.** Питання: 1. Поняття електронних платіжних систем та вимоги до них. 2. Особливості кредитних Internet-систем.	1-5
18	ЛР	2	Питання: 1. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції.	1-5
19	Л	2	Тема 6. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції. **Частина 2.** Питання: 3. Дебетові Internet-системи та їх специфічні платіжні засоби. 4. Забезпечення захисту в платіжних системах Internet.	1-5
20	ЛР	2	Питання: 2. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції.	1-5
-	СР	5	Тема 6. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	1-5
21	Л	2	Тема 7. Організація надання послуг в електронній комерції.	1-5

			Частина 1. Питання: 1. Особливості надання послуг в мережі Internet. 2. Internet-трейдинг як специфічний вид послуг. 3. Організація надання банківських послуг через Internet	
22	ЛР	2	Питання: 1. Організація надання банківських послуг в електронній комерції.	1-5
23	Л	2	Тема 7. Організація надання послуг в електронній комерції. **Частина 2.** Питання: 4. Електронні страхові послуги. 5. Система дистанційного навчання як сегмент ринку електронних послуг. 6. Туристичні послуги в мережі Internet.	1-5
24	ЛР	2	Питання: 1. Організація надання послуг дистанційного навчання в електронній комерції.	1-5
-	СР	5	Тема 7. Організація надання послуг в електронній комерції.	1-5
25	Л	2	Тема 8. Маркетинг і реклама в мережі Internet. **Частина 1.** Питання: 1. Особливості сучасного Internet-маркетингу. 2. Аналіз якості Internet-представництв комерційних структур із використанням маркетингового підходу	1-5
26	ЛР	2	Питання: 1. Маркетинг та реклама в мережі Internet.	1-5
27	Л	2	Тема 8. Маркетинг і реклама в мережі Internet. **Частина 2.** Питання: 1. Основні принципи і засоби реклами в мережі Internet.	1-5

			2. Особливості застосування засобів Internet- реклами. 3. Формування цін на товарі і послуги в мережі Internet.	
28	ЛР	2	Питання: 2. Маркетинг та реклама в мережі Internet.	1-5
-	СР	5	Тема 8. Маркетинг і реклама в мережі Internet.	1-5
29	Л	2	Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції. **Частина 1.** Питання: 1. Нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції. 2. Системи електронного документообігу в електронній комерції.	1-5
30	ЛР	2	Питання: 3. Системи електронного документообігу в електронній комерції.	1-5
-	СР	3	Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції.	1-5
31	Л	2	Тема 9. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції. Ефективність електронної комерції. **Частина 2.** Питання: 3. Методи визначення ефективності електронної комерції. 4. Напрями оцінки ефективності електронної комерції.	1-5
-	СР	2	Питання: 1. Підготовка до модульної контрольної роботи №2	1-5
32	ЛР	2	Модульна контрольна робота №2	1-5
	Л	20		
	ЛР	20		
	СР	26		
	М2	66		
	Л	32		
	ЛР	32		

	СР	56		
Разом (годин)		120		

7. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва видів самостійної роботи	Кількість годин
1	Опрацьовування лекційного матеріалу	14
2	Підготовка до практичних (лабораторних, семінарських) занять	14
3	Самостійне вивчення тем та питань, які не викладаються на лекційних заняттях	13
4	Виконання індивідуального завдання:	-
	РЕ	15
5	Інші види самостійної роботи	-
	Разом	56

Важливою умовою покращання якості підготовки студентів є раціональна організація їх самостійної роботи. З огляду на сказане, вивчення дисципліни «Електронна комерція» включає самостійне опрацювання студентами певного кола питань. Самостійна робота студентів із літературними джерелами пробуджує у них інтерес до предмета, розвиває здатність самостійно аналізувати прочитане, сприяє ґрунтовному засвоєнню матеріалу дисципліни.

Самостійна робота студентів включає:

- ✓ Конспектування та вивчення передбаченої літератури;
- ✓ Опрацювання лекційного матеріалу;
- ✓ Ознайомлення з досвідом діяльності підприємств в галузі електронної комерції;
- ✓ Вивчення відповідних нормативно-законодавчих актів;
- ✓ Збір інформації для виконання індивідуального завдання;
- ✓ Вивчення законодавчих та нормативних матеріалів;
- ✓ Розв'язування ситуаційних задач;
- ✓ Підготовку до іспиту.

Предметом самостійної роботи є не лише опрацювання студентами теоретичного матеріалу дисципліни «Електронна комерція», а й науково-дослідна робота з вивчення аспектів діяльності підприємств в галузі електронної комерції.

8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальні завдання є однією з форм організації навчального процесу, що створює умови для реалізації творчих можливостей студента, враховує його

уподобання, нахили.

Індивідуальне завдання передбачає виконання письмової роботи «Дослідження можливостей підприємства, щодо застосування інструментів електронної комерції».

Індивідуальні завдання також можуть включати проведення польових та кабінетних досліджень, підготовку та участь у олімпіадах, конференціях тощо.

№ з/п	Назва індивідуального завдання та (або) його розділів	Терміни виконання (на якому тижні)
1	Реферат за темою “Дослідження можливостей підприємства, щодо застосування інструментів електронної комерції”.	15

Орієнтовна тематика самостійних творчих робіт студентів:

1. Порівняння традиційного бізнесу з електронним.
2. Е-бізнес в Україні.
3. Інтернет-аукціон, типи, приклади (в світі, в Україні, Росії, іншій країні за вибором студента, погодженим з викладачем).
4. Інтернет-магазин і интернет-вітрина, особливості, відмінності, приклади.
5. Портали в Інтернет, особливості, відмінності, приклади.
6. Правове регулювання електронної торгівлі в Україні.
7. Правове регулювання інформаційних технологій.
8. Інтернет-маркетинг.
9. Інтернет-реклама.
10. ПР (паблик рилейшенс) в Інтернеті: особливості, приклади.
11. Сайт для підприємства як інструмент маркетингу.
12. Сутність терміну: «Інформаційна єкономіка». Комерційне використання Інтернету.
13. Поняття електронної комерції, переваги і недоліки?
14. Системи B2B, особливості, об’єми, приклади.
15. Системи B2C, особливості, об’єми, приклади.
16. Електронний бізнес - масштаби і перспективи розвитку. Ринок електронної комерції: сьогодні і завтра.
17. Інтернет-огляд можливостей українського інтернету: пошуковики, каталоги

(структура і особливості розвитку), почтові служби, провайдери, хостинг-провайдери і т.п.

18. Хто такі контент-провайдери?
19. Корпоративні портали: визначення, види, тенденції.
20. Як працюють онлайн-аукціони, їх особливості.
21. Напрями розвитку інформаційних технологій, що мали найбільший вплив на появу і зріст електронного бізнесу.
22. Пошук інформації в Інтернеті, ресурси їх можливості?
23. Цінові моделі розміщення інтернет-реклами?
24. Дослідження за допомогою Інтернету. Одержання маркетингової

інформації про відвідувачів Веб-сайта.

25. Розробка інформаційних систем (веб-будівництво), загальні підходи.
26. Платіжні системи в Інтернеті, огляд їх можливостей.
27. Поточний стан і перспективи розвитку систем інтернет-платежів в Україні.

9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методами навчання дисципліни «Електронна комерція» є способи спільної діяльності й спілкування викладача і студентів, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Залежно від джерела знань, під час навчальних занять, як практичних, так і лекційних, використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Електронна комерція» використовуються: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в структурній діяльності використовуються:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів;
- методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення;
- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

10. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Методами контролю з дисципліни «Електронна комерція» є поточний, модульний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лабораторних робіт і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Формами проведення поточного контролю з дисципліни є:

1) усні опитування на лабораторних заняттях;
2) письмові контрольні роботи (на лекційних та лабораторних заняттях);
3) тестування тощо.

Модульний контроль проводиться з метою оцінки результатів вивчення кожного змістовного модуля.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на освітньо-кваліфікаційному рівні магістра. Підсумковий контроль з дисципліни «Електронна комерція» включає семестровий контроль у формі екзамену (виконання письмових екзаменаційних завдань) в дев‘ятому семестрі.

11. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ, ТА ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА УМІНЬ (НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS)

Таблиця 1. Розподіл балів для оцінювання поточної успішності студента

Поточне тестування та самостійна робота									Реферат	Підсумковий залік	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2								
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9			
6	6	8	4	4	8	8	8	8	10	30	100

Т1, Т2, ... – номери тем змістових модулів.

Оцінювання проводиться за шкалою ЄКТС, національною та за шкалою НТУ ХПІ (100 балів). Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в 4-х бальну національну шкалу та шкалу за системою ECTS здійснюється в такому порядку:

Таблиця 2. Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ЄКТС

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

12. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Конспект лекцій, комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни, нормативні документи, презентаційні матеріали.

13. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

13.1 Базова література

1. Береза А.М., Козак І.А. та ін. Електронна комерція. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни - К.:КНЕУ, 2004 р. 108 с.
2. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
3. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів / Царьов Р.Ю. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с.
4. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
5. Системи електронної комерції: створення, просунення і розвиток: монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с.

13.2 Допоміжна література

1. Балабанов И. Т. Электронная комерция. — СПб.: Питер, 2001. — 336 с.
2. Гужва В. М., Постевой А. Г. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі: Навч. посібник. — 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: КНЕУ, 2002. — С. 138—158, С. 201—209.
3. Джон Вакка. Секреты безопасности в Internet. — К.: Диалектика, 1997. — 512 с.: ил.
4. Имери Винс. Как сделать бизнес в Internet: Пер. с англ. — 3- изд. — К.; М.; СПб.:Диалектика, 1998. — 464 с.: ил.
5. Козак І. А. Телекомунікації в бізнесі: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2004. — С. 340.
6. Козье Д. Электронная комерция: Пер. с англ. — М.: Издательско-торговый дом «Руская редакция», 1999. — 288 с.: ил.
7. Крупник А. Как продать товар и получить деньги в Internet (введение в електронную комерцию). — М.: МикроАрт, 2000. — 240 с.
8. Пономаренко Л. А., Філатов В. О. Електронна комерція: Підручник / За ред. А.А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2002. — С. 78—81, С. 109—110.
9. Ситник В. Ф., Козак І. А. Телекомунікації в бізнесі: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 1999. — 204 с.
10. Семенов П. П. Безопасность против безопасности. — М.: Центр защиты информации, 1999. — 351с.
11. Смирнов С. Н. Электронный бизнес. — М.: ДМК Пресс; М.: Компания АиТи, 2003. — С. 168—176.
12. Успенский И. В. Интернет как инструмент маркетинга. — спб.: бхв-санкт-петербург, 2000. — 256 с.: ил.
13. Успенский И. Энциклопедия интернет-бизнеса. — спб.: питер, 2001. — 432с.

14. Холмолгоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. — спб.: питер, 2001. — 208 с.
15. Эмор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — С. 85—87.

14. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. Президент України http://www.president.gov.ua
2. Верховна Рада України. http://www.rada.gov.ua
3. Кабінет Міністрів України http://www.kmu.gov.ua
4. Міністерство економіки України http://www.me.gov.ua
5. Міністерство фінансів України http://minfin.kmu.gov.ua
6. Міністерство освіти і науки України http://www.mon.gov.ua
7. Головне управління статистики України http://www.ukrstat.gov.ua
8. Українська Асоціація Маркетингу http://uam.in.ua/
9. Американська асоціація маркетингу https://www.ama.org
10. Маркетинговий портал http://www.marketing-research.in.ua
11. Література бібліотеки НТУ «ХПІ» і кафедри економіки та маркетингу