

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ім. В. В. ДОКУЧАЄВА

Кафедра інформаційних технологій, консалтингу і туризму



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ВПП.6. «Електронна комерція»
(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва галузі знань)

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр і назва програми)

Факультет менеджменту і економіки
(назва факультету)

Робоча програма «Електронна комерція» для здобувачів галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньо-кваліфікаційної програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

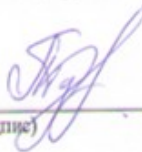
Розробник:

Дьоміна Вікторія Михайлівна,
доцент кафедри інформаційних технологій, консалтингу і туризму, кандидат
технічних наук, доцент

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри інформаційних технологій,
консалтингу і туризму
Протокол від «25» серпня 2020 р. № 1

Завідувач кафедри інформаційних
технологій, консалтингу і туризму



доц. Т.А. Бутенко

«25» серпня 2020 р.

Схвалено навчально-методичною комісією факультету менеджменту і економіки
Протокол від «27» серпня 2020 р. № 2

«27» серпня 2020 р.

Голова



доц. Ю. Л. Філімонов

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (шифр і назва)	Вибіркова	
Модулів – 1		Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Загальна кількість годин – 90	Спеціальність <u>076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u> (шифр і назва)	Семестр	
	Освітньо-професійна програма <u>«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u> (шифр і назва)		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 5	Освітній рівень: бакалавр	Лекції	
		20 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		Лабораторні	
		20 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		50 год.	78 год.
		Індивідуальні завдання	
		год.	
Вид контролю			
зал.	зал.		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 44%:56%

для заочної форми навчання – 13%:87%

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи ведення електронного бізнесу і комерції та виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

Завдання – розуміння сутності електронного бізнесу та е-комерції; вивчення видів та моделей е-бізнесу; усвідомлення сутності системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі; набути вміння оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- теоретичні основи електронної комерції;
- види електронного бізнесу, особливості формування системи електронної комерції у корпоративному секторі та системи електронної комерції у споживчому секторі;
- різновиди та визначення електронних грошей;
- принцип використання міжнародних електронних платіжних систем;
- принцип використання банківських електронних платіжних систем;
- основи безпеки ведення електронних транзакцій;
- методики створення сайтів електронної комерції;
- методики оптимізації контенту сайтів електронної комерції;
- методики оцінки юзабіліти сайтів електронної комерції;
- методики просування комерційних сайтів у видачах пошукових систем.

вміти:

- характеризувати кожний із видів електронного бізнесу,
- наводити приклади моделей е-комерції,
- вільно користуватися понятійним апаратом,
- аналізувати фінансову, нормативну і економіко-технологічну інформацію у області електронної комерції,
- здійснювати покупки в Інтернет з використанням різних видів електронних платіжних систем і користуватися фінансовими послугами.
- робити покупки за допомогою електронного магазину з використанням різноманітних видів електронних платіжних систем.
- використовувати міжнародні електронні платіжні системи;
- використовувати банківські електронні платіжні системи;
- використовувати інші послуги банків, що надаються електронними каналами;
- проводити аналіз діяльності підприємств електронної комерції;
- проводити аналіз юзабіліти сайтів підприємств електронної комерції.

Перелік компетентностей:

Інтегральна компетентність — здатність розв'язувати складні, спеціалізовані за дачі у сферах підприємницької торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування сучасних економічних теорій та

методів організації і функціонування підприємницьких торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю, нестабільністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
4. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності

1. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних та біржових структур.

2. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

Міждисциплінарні зв'язки:

1. Економічна інформатика.
2. Організація підприємницької діяльності.
3. Корпоративне управління.
4. Інформаційні системи та технології.

2. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції .

Тема 1. Суть, зміст та тенденції розвитку електронної комерції.

Основні визначення та поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Історія електронної комерції. Переваги та характерні риси електронної комерції. Відмінності електронної комерції від традиційної торгівлі.

Основні категорії і класи електронної комерції. Моделі електронної комерції. Форми електронної комерції (B2B, B2C, teleworking, teleinvesting, «invented markets»)

Тема 2. Основні поняття Internet - технологій.

Основи функціонування мережі Internet. Протокол TCP/IP. Архітектура «клієнт-сервер». IP-адреса. Протоколи Internet. Сервіс-провайдер. E-mail. Internet-пейджери. Internet-послуги. Internet-сервіс.

Поняття Web-сторінки та Web-сайту. Гіпертекстова технологія.

Тема 3. Проблеми безпеки та захисту інформації при роботі в Internet.

Шахрайство в Internet. Накручування. Кіберзлочинність. Безпека та захист інформації при роботі в Internet.

Змістовий модуль 2. Системи електронної комерції.

Тема 4. Системи електронної комерції у корпоративному секторі.

Основні процеси функціонування електронної торгівлі у секторі B2B.

Корпоративні представництва в Інтернеті. Віртуальні підприємства. Інтернет-інкубатори. Мобільна комерція.

Тема 5. Системи електронної комерції у споживчому секторі.

Електронні торгові ряди. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні бюро. Електронні страхові послуги. Інформаційні послуги. Дистанційне навчання.

Тема 6. Електронні платіжні системи.

Види електронних систем взаєморозрахунків. Пластикові карти. Класифікація пластикових карт. Основні поняття систем взаєморозрахунків за пластиковими картами. Механізм взаєморозрахунків за пластиковими картами в Інтернеті.

Тема 7. Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами.

Поняття та структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Медиаметричні дослідження. Технологічний моніторинг. Аналітичні аспекти. Види Інтернет-реклами. Рекламні носії та направлення розміщення реклами. Сайт як інструмент ведення рекламної кампанії

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
лк		п	лаб.	інд.	с	лк		п	лаб.	інд.	с	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції.												
Тема 1. Суть, зміст та тенденції розвитку електронної комерції.	6	2		2		2	6	1				5
Тема 2. Основні поняття Internet - технологій.	6	2		2		2	6					6
Тема 3. Проблеми безпеки та захисту інформації при роботі в Internet.	6	2		2		2	6	1				5
Разом за змістовим модулем 1	18	6	0	6	0	6	18	2	0	0	0	16
Змістовий модуль 2. Системи електронної комерції.												
Тема 4. Системи електронної комерції у корпоративному секторі.	20	4		4		12	20	1		2		17
Тема 5. Системи електронної комерції у споживчому секторі.	20	4		4		12	20	1		2		17

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 6. Електронні платіжні системи.	20	4		4		12	20	1		1		18
Тема 7. Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами.	12	2		2		8	12	1		1		10
Разом за змістовим модулем 2	72	14	0	14	0	44	72	4	0	6	0	62
РАЗОМ	90	20	0	20	0	50	90	6	0	6	0	78

4. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Шахрайство в Internet. Накручування. Кіберзлочинність. Безпека та захист інформації при роботі в Internet.	2
2	Основні напрямки розвитку сучасного електронного бізнесу	2
3	Дослідження особливостей, переваг та недоліків сфер електронної комерції.	2
4	Системи електронної комерції у корпоративному секторі. Основні процеси функціонування електронної торгівлі у секторі B2B. Корпоративні представництва в Інтернеті.	4
5	Системи електронної комерції у споживчому секторі. Електронні торгові ряди. Інтернет-вітрини. Інтернет-магазини. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг).	4
6	Електронні платіжні системи. Види електронних систем взаєморозрахунків. Пластикові карти. Класифікація пластикових карт.	4
7	Поняття та структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Медіаметричні дослідження.	2
	Разом	20

5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Суть, зміст та тенденції розвитку електронної комерції.	2
2	Основні поняття Internet — технологій.	2
3	Проблеми безпеки та захисту інформації при роботі в Internet.	2
4	Системи електронної комерції у корпоративному секторі.	12
5	Системи електронної комерції у споживчому секторі.	12
6	Електронні платіжні системи.	12
7	Поняття і структура Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Види Інтернет-реклами.	8
	Разом	50

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Економічні посилення розвитку електронного бізнесу.	
2	Компоненти бізнесу — рішення в сфері електронного бізнесу.	
3	Рівні інтеграції електронного бізнесу.	
4	Мобільні засоби ведення електронного бізнесу.	
5	Економічні схеми інформаційних порталів	
6	Методи підвищення конкурентоспроможності в електронному бізнесі.	
7	Інформаційна інфраструктура електронного бізнесу.	
8	Стандарти електронної комерції.	
9	Інтернет-банкінг.	
10	Державне регулювання електронної економічної діяльності.	
11	Правові проблеми визначення порядку оподаткування суб'єктів електронної економічної діяльності	
12	Конкурентоспроможність інтернет-магазинів.	
13	Світовий досвід використання систем електронної комерції.	
14	Основні напрями вдосконалення електронної комерції.	
15	Організаційно-економічних моделей в системі електронної комерції.	
16	Еволюція платіжних систем.	
17	Електронна готівка.	
18	Особливості бізнес-планування в мережевій економіці.	
19	Особливості електронної торгівлі в Україні.	
20	Несанкційований доступ до закритих Інтернет-ресурсів. Особливості законодавчого регулювання в Україні.	
21	Особливості просування Інтернет-проекту. Реєстрація в пошукових системах. Служби індексації. Інтернет-маркетинг. Інтернет-реклама.	
22	Сервіси статистики для аналізу успішності Інтернет-проекту.	
23	Інтернет-реклама. Залучення цільової аудиторії до Інтернет-ресурсу.	
24	Масові розсилки. Боротьба з небажаними повідомленнями, що доставляються по електронній пошті.	
25	Принципи побудови мережі Інтернет. Системи доменних імен. Особливості реєстрації доменних імен в Україні. Типи провайдерів иособенности вибору.	
26	Суть Інтернет-товару.	
27	Взаємодія попиту і пропозиції на ринку Інтернет-товарів.	
28	Групи новин, списки, розсилки, прямий маркетинг, як частина кибермаркетингової стратегії.	
29	Засоби для роботи з електронним бізнесом. Веб-браузер, про-грамма поштового клієнта, редактор для створення веб-сторінок, графическиередакторы, файлові менеджери.	
30	Облаштування систем мережевої безпеки: брэндмауэр, файерволл, системи криптозахисту.	
31	Служби інтернету: WWW, FTP, IRC, ICQ, MSN, News Servers.	
32	Мультимедійні рішення в інтернеті: Flash, Java applets; Streaming video audio: Real Video, Mp3 Casting.	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
33	Новинні системи і системи організації спілкування : news groups, forums, online chat.	
34	Мобільний інтернет. Організація доставки повідомлень на мобільні пристрої. Сервіси мобільного інтернету.	
35	Дослідницькі агентства в інтернеті. Пошук інформації. Організація дослідження дослідницькими компаніями.	
36	Інтернет реклама. Організація і проведення широкомасштабних рекламних компаній.	
37	Методи залучення на кінцеві сайти. Використання пошукових систем. Методи спонсорської співпраці.	
38	Сайти підтримки існуючого бізнесу. Бази знань по продукції, що випускається. Організація підтримки продукції, що випускається.	
39	Торгові системи в інтернеті. Загальні принципи функціонування. Вимоги до безпеки транзакцій. Рішення по проведенню пла-тежей і доставці товару.	
40	Платіжні системи в інтернеті.	

7. Методи навчання

У процесі вивчення сучасних технічних та програмних засобів обчислювальної техніки, що є предметом курсу «Економічна інформатика», використовуються наступні методи навчання.

1. Група методів за джерелом інформації і сприйняття навчальної інформації: **словесні** (лекція, бесіда, розповідь), **наочні** (демонстрація, презентація), **практичні** (виконання завдань викладача у відповідності з темою лабораторно-практичних занять).

2. Група методів за логікою передачі і сприйняття навчального матеріалу: **індуктивні, дедуктивні, аналітичні і синтетичні**.

3. Група методів за ступенем самостійного мислення при засвоєнні знань: **репродуктивні, продуктивні**, а саме дослідницькі, пошукові, частково-пошукові;

4. Група методів за ступенем управління навчальним процесом: навчання під керівництвом викладача, самостійна робота з підручниками і науковою літературою, текстами лекцій, лабораторно-практичних, виконання завдань з використанням комп'ютера.

8. Методи контролю

Контроль знань, умінь і навичок студентів – невід'ємна складова педагогічного процесу та форма зворотнього зв'язку. При вивченні курсу «Економічна інформатика» використовуються такі види контролю: поточний, періодичний (проміжний), рубіжний, підсумковий.

Поточний контроль – контроль рівня знань та вмінь у процесі навчання, який проводиться на лекціях, лабораторно-практичних заняттях. Його види та форми:

а) експрес-опитування

- опитування на засвоєння попередньої лекції (на початку чергової лекції);
- опитування під час лекції на розуміння її суті;

- контроль за засвоєнням матеріалу лекції;
- співбесіда;
- програмований контроль знань (вирішення проблемних і ситуаційних завдань, тестування);
- модульний контроль.

б) **періодичний (проміжний) контроль** – це контроль після вивчення розділу, теми змістових модулів. Він включає такі види контролю:

- контрольні роботи;
- тестові опитування;
- контроль за формуванням практичних умінь і навичок;
- контроль за умінням професійно вирішувати професійно-орієнтовані завдання.

в) **підсумковий контроль** – це контроль, який здійснюється і кінці вивчення курсу. Це семестровий контроль, курсові роботи, заліки, комплексні контрольні завдання, семестрові іспити.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота							Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
7	7	7	20	20	20	19	100

T1, T2 ... – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100 A	відмінно добре задовільно	зараховано
82–89 B		
75–81 C		
66–74 D		
60–65 E		
35–59 FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34 F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

10. Методичне забезпечення

Навчальний процес при підготовці студентів спеціальності «Економічна інформатика» забезпечується науково-педагогічним складом кафедри економічної кібернетики, який розробляє монографії, підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій, методичні вказівки і розробки з організації самостійної роботи сту-

дентів та лабораторно-практичних занять (як у традиційній, так і в електронній формах), а також здійснює автоматизоване тестування тощо. Перелік методичного забезпечення наступний.

1. **Dyomina V.**, Domina T. Mathematical model of the Social Media Automation = Дёмина В., Дёмина Т. Математическая модель автоматизации маркетинга в социальных сетях [Electronic resource] // *Média a vzdělávání 2018 – Media & Education 2018: Media4u Magazine – Journal*. Praha. 2018. P. 35-39. URL: <http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf> (Last accessed : 27.11.2018)1

11. Рекомендована література

Базова

1. Балик У . О., Колісник М. В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства // *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика* . 2014. № 811. С . 11–19.
2. Барицька Л. Включення України в інтеграційні процеси міжнародної електронної торгівлі // *Економіст*. 2002. № 9. С. 27.
3. Благодетелева-Вовк С, Благодетелев С. Баннерные системы УАНЕТА: критерии выбора для проведения рекламной кампании // *Маркетинг и реклама*. 2002. № 3. С. 40-43.
4. Буров є. Комп'ютерні мережі. [за ред. В. Пасічника]. [2-ге вид., оновл. і доповн]. Львів: БАК, 2003.
5. Возний М. І. Міжнародна електронна торгівля. Проблеми та перспективи розвитку в Україні // *Збірник наук . праць Буковинського університету . Економічні науки*. 2011. Вип. 7. С. 243–252.
6. Волков С., Достов В. Платежные механизмы современного Internet // *Мир Internet*. 2000. № 5. С. 22-28.
7. Волокитин А. В., Маношкин А. П., Солдатенков А. В. Электронная коммерция: [учебное пособие для служащих госорганизаций и комм. фирм., под общ. ред. Л. Д. Реймана]. М.: НТЦ "ФИОРД-ИНФО", 2002. 272 с.
8. Вулкан В. Электронная коммерция: Стратегическое руководство для понимания и построения торговли в режиме "он-лайн". М.: Интернет-трейдинг, 2003. 297 с.
9. Генкин А. С. Планета Web-денег. М.: Альпина, 2003. 510 с.
15. Гинзбург А. И. Пластиковые карты. СПб.: Питер, 2004. 128 с.
10. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. СПб.: Питер, 2001. 240 с.
11. Грехов А. М. Электронный бизнес (Е-комерція): навчальний посібник. К.: Кондор, 2008. 302 с.
12. Гринишин А. Правила создания малозатратного магазина // *Компаньон*. 2002. № 13. С. 44.
13. Гурч Л. Проблемы развития электронной торговли в Украине // *Персонал*. 2004. № 1. С. 74
14. Дергачова В.В., Скибіна О. О. Глобалізація бізнесу та Інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: [монографія]. Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2007. 216 с.
15. Електронна комерція : теоретико -правові засади та сучасний стан в Україні / [В . М . Полях , Н . М . Кривошеева , В . М . Ключко та ін .] // *Scientific Journal "ScienceRise"*. 2017. № 5. С. 11-17.
16. Закон України "Про електронну комерцію " // *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 45. С . 410.
17. Задграка В. К., Олексюк О. О. Методи захисту фінансової інформації: навч. посібник. Тернопіль: Збруч. 2000.
18. Зиссер Ю. А. Маркетинг on-line. Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж. Мн.: Изд-во Гревцова, 2007.

19. Имери Вине. Как сделать бизнес в Internet [пер. с англ]. [3-е изд]. К.; М.; СПб: Диалектика, 1998. 464 с.
20. Йордон Э. Управление сложными Интернет-проектами .М.: ЛОРИ, 2003. 344 с.
21. Калинина А. Э. Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учеб. пособие для студентов вузов. Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2004. 146 с.
22. Калита Д. М. Комп'ютерні мережі. Апаратні засоби та протоколи передачі даних: навч. посібник. К.: ВИЦ "Київський університет", 2003.
23. Каталано Ф. Internet-маркетинг для "чайников" М.: Вильяме ИД, 2005. 304 с.
24. Кеглер Т., Даулинг П., Тейлор Б., Д. Постерман Реклама и маркетинг в Интернете. [пер. с англ.]. М.: Альпина Паблицер, 2003.
25. Киселев Ю. Н. Электронная коммерция: практ. Руководство. СПб.: ООО "ДиаСофтЮП", 2001. 224 с.
26. Климченя Л. С. Электронная коммерция. Минск: Вышш. школа, 2004. 191 с.
27. Кобелев О. А., Резго Г. Я., Скиба В. И. Электронная коммерция / [под ред. С. В. Пирогова]. М.: Изд. дом "Социальные отношения"; Перспектива, 2003. 428 с.
28. Коваленко О. Розвиток підприємництва в Інтернет-торгівлі // Вісник КНЕУ. 2005. № 6. С. 28-33.
29. Козлов М. Поисковые и навигационные системы в Интернете: как добиться, чтобы они вели клиентов именно к вам // Интернет-маркетинг. 2003. № 4. С. 23-26.
30. Козье Д. Электронная коммерция. М.: Издательско-торговый дом "Русская редакция", 1999. 228 с.
31. Конопляникова М. А. Послугування Internet як каналом маркетингових комунікацій // Маркетинг в Україні. 2002. № 4. С. 19-23.
32. Кормич Б. А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи: навч. посібник. К: Кондор, 2004. 132 с.
33. Кравець В. Інтернет-комерція в Україні // Вісник НБУ. 2004. № 3. С. 9.
34. Крупник А. Как продать товар и получить деньги в Internet (введение в электронную коммерцию). М.: МикроАрт, 2000.
35. Леонтьев Б.К как создать собственный магазин в Интернете. М.: Изд-во ИТ Пресс, 2006. 351 с.
36. Лысенко Ю. Г., Андриенко В. Н., Иванов И. И. Электронная коммерция. Кн. 5. Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2004. 187 с.
37. Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
38. Лігоненко Л. Інтернет-торгівля: стан розвитку та особливості бізнес-планування Лігоненко Л., Танасюк П. // Актуальні проблеми економіки. 2003. № 3. С.43.
39. Маєвська А. А. Електронна комерція і право. Харків, 2010. 256 с.
40. Макарова М. Віртуальні підприємства і телеробота як нові соціально-економічні явища. // Економіст. 2003. № 12. С. 60-64.
41. Меджибовська Н. С. Електронна комерція: навчальний посібник К: Центр навчальної літератури, 2004. 384 с.
42. Меджибовська Н. Перспективи розвитку електронного бізнесу в Україні // Економіка України. 2003. № 6. С. 31-36.
43. Міщенко В. І., Шаповалов А. В., Юрчук Г. В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг. К.: Т-во "Знання", 2003. 278 с.
44. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція. Одеса : ОНАЗ ім . О. С. Попова , 2011. 244 с.
45. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції : створення , просування і розвиток. Полтава : РВВ ПУЕТ , 2011. 201 с.
46. Філіппова Л . Л . Електронна комерція : за і проти // Вісник НТУ "ХПІ ". 2013. № 44. С. 58–65.

Допоміжна

1. Ананьев О. М. Напрями розвитку сучасного електронного бізнесу // Торгівля, комерція, підприємництво. 2003. Вип. 6.
2. Апопій В. В. Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку // Регіональна економіка. 2003. № 1. С. 25.
3. Афанасьев М., Мясникова Л. Электронная коммерция // РИСК. 2006. № 3. С. 52-59.
4. Бабенко Л. К., Быков В. А., Макаревич О. Б., Спиридонов О. Б.. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности. М.: Радио и связь. 2001. 376 с .
5. Бойкое В. Д. Интернет: от e-mail до www в примерах СПб.: ВИЦ - Санкт-Петербург, 1996. 1.
6. Джерк Н. Разработка приложений для электронной коммерции Джерк И. СПб.: Питер, 2001.
7. Драчов В. Мобільна торгівля як один з перспективних напрямків електронної торгівлі // Журнал європейської економіки. 2005. Т. 4, червень. С. 242-255.
8. Дубицкий В. И., Лазикова А. И. Эволюция, сущность, классы, инструментарий электронного бизнеса: [монография] / НАН Украины, Ин-т экономики промышленности, Донец. экономико-гуманитарный ин-т. Донецк: Юго-Восток, 2004. 84 с.
9. Дшхунян В. Л. Электронная идентификация. Бесконтактные электронные идентификаторы и смарт-карты. М.: АСТ, 2004. 695 с.
10. Електронна комерція: навч. посібник / [Берега А. М., Козак І. А., Левченко Ф. А. та ін.]. К.: КНЕУ, 2002. 326 с.
11. Жовтенко В. В. Продвижение веб-сайта: пособие для специалистов. К.: Деловая книга, 2002. 190 с.
12. Жучкова И. Коноплева А. Электронная подпись в Украине: первые шаги // Економіка, фінанси, право. 2004. № 1 С. 17-20.
13. Макарова М. В. Електронна комерція: [посібник для студентів ВИЗ]. К: Видавничий центр "Академія", 2002. 272 с.
14. Ховрак І. В. Електронна комерція в Україні : переваги та недоліки // Економіка . Фінанси . Право. 2013. № 4. С. 16-20.
15. Чучко Н. О. Електронна торгівля в системі світогосподарських відносин // Економіка промисловості. 2011. № 4. С. 153–158.
- Царьов Р. Ю. Електронна комерція : навчальний посібник з підготовки бакалаврів. Царьов. Одеса: ОНАЗ ім . О. С. Попова, 2010. 112 с.

12. Інформаційні ресурси

1. Електронна комерція. URL: Rezhym dostupu: <http://e-commerce.com.ua/category> (Дата звернення : 25.08.2020).
2. Е Електронна комерція в Україні. 2016: цифри і факти. URL: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>. (Дата звернення : 25.08.2020).
3. Kysliuk L.V. Analiz elektronnoi ahrotorhivli v Ukraini. // Molodyi vchenyi. Seriia «Ekonomiczni nauky». 2016. #11 (38). P. 606-610. (Last accessed: 25.08.2020).
4. Ключка А. Исследование рынка электронной коммерции в Украине/ URL: <http://ain.ua/2013/04/11/120835> (Дата звернення : 25.08.2020).
5. Апопій В. В. Організація торгівлі 2005. URL: http://pidruchniki.com/12601206/marketing/organizatsiya_torgivli. (Дата звернення : 25.08.2020).
6. Мартовой А.В. Сущность и основные характеристики электронного бизнеса, электронной коммерции, электронного и Интернет -маркетинга URL: www.nbu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp56_1/knp56_146-152.pdf. (Дата обращения: 25.08.2020).
7. Цікаві факти про Інтернет -торгівлю в світі в 2018 році. URL: <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>. (Дата звернення : 25.08.2020).