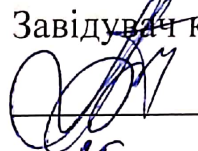


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент

 Лариса БОЛТЯНСЬКА

« 28 » серпня 2020р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронна комерція»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»

зі спеціальності **051 «Економіка»**

факультет економіки та бізнесу

2020 – 2021 навч. рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 051 «Економіка». – Мелітополь, ТДАТУ. 2020 – 16с.

Розробник: Лисак О.І., к.е.н., доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Протокол № 1 від «25» серпня 2020 року

Завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності

к.е.н., доцент  Лариса БОЛТЯНСЬКА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 051 «Економіка» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр».

Протокол № 2 від «23» вересня 2020 року

Голова, доц.  Анна КОСТЯКОВА

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 6	Галузь знань 05"Соціальні та поведінкові науки" (шифр і назва)	вибіркова	
Загальна кількість годин –180 годин	Спеціальність 051 «Економіка»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		2	3-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять -5 год. самостійна робота студента – 11,45 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	22 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	32 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	126 год.
		Форма контролю:екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «Електронна комерція» є оволодіння базовими знаннями і навиками в області електронної комерції, фінансових Інтернет-послуг, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі, а також сучасних електронних платіжних систем.

Завдання курсу - теоретична та практична підготовка майбутніх фахівців з наступних питань: предметна галузь електронної комерції; основи теорії електронної комерції; основні поняття електронної комерції; застосування електронної комерції, ринки електронної комерції; основні моделі бізнес-процесів електронної комерції та сучасні інформаційні технології для їх реалізації в Інтернет; нові принципи та засоби проведення розрахунків: пластикові картки, цифрові гроші; типи електронних платежів і платіжних систем; проблеми безпеки та захисту інформації при електронній комерції; досвід компаній, які успішно використовують у своїй діяльності методи й засоби електронної комерції; основи бізнесу та маркетингу в сучасних інформаційних технологіях; практичні навички з бізнесу в сучасних системах інформаційних телекомунікацій.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен

знати:

- основні переваги ведення бізнесу за допомогою Internet;
- основні концепції побудови систем електронної комерції;
- характеристики електронної комерції;
- основні стратегії розвитку електронної комерції;
- основні моделі систем електронної комерції;
- основні інструменти ведення електронної комерції.

вміти:

- застосовувати інструментарій створення і використання систем електронної комерції;
- аналізувати нормативну і економіко-технічну інформацію в галузі електронної комерції;
- обґрунтовувати прогностичні оцінки; здійснювати закупівлі в Internet;
- використовувати принципи функціонування віртуальних крамниць, віртуальні підприємства і віртуальні продукти..

Вивчення дисципліни включає лекційні, практичні заняття та самостійну роботу студентів, що сприяє закріпленню необхідних теоретичних знань, засвоєння матеріалу і вироблення навиків наукового мислення та допомагає набуттю практичних навичок для подальшого засвоєння матеріалу.

3 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основні поняття та принципи ведення електронного бізнесу

Тема 1. Основи електронного бізнесу [1,5,7,11,13,14,15,18,19,23,25,30]

Електронна комерція як навчальна дисципліна. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Різниця між електронним і традиційним бізнесом. Переваги електронного бізнесу. Причини переходу в кіберпростір. Операції електронної комерції. Види електронної комерції. Переваги та характерні риси електронної комерції. Розширення ринку. Нові послуги. Зниження витрат. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку. Місце електронного бізнесу в системі світового господарства. Історія розвитку електронної комерції.

Тема 2. Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу [8,21,25,29,45]

Історія Інтернету. Інтернет: мережі, завдання, учасники. Інтернет: юридичні проблеми. Міжнародний розмах. Електронний ринок. Швидко зростаючий звід норм. Протокол передачі файлу (РТР), доменні імена, посилення. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі. Комунікаційні характеристики Інтернету. Перспективи розвитку мережі.

Тема 3. Переваги і недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції [4,6,11,12,31,35]

Реєстрація підприємства для ведення бізнесу в Інтернеті. Веб-сайт як основа бізнесу в Інтернеті. Класифікація Веб-сайтів. Товарна політика в Інтернеті. Бізнес-моделі сайтів. Етапи створення Веб-сайту. Варіанти розміщення Веб-сайту та їх економічна доцільність. Принципи та економічне обґрунтування вибору провайдера Інтернет-послуг і способу підключення до Інтернету для ведення бізнесу. Принципи первісного залучення відвідувачів на Веб-сайт та їх утримання. Аналіз роботи та оцінка економічної ефективності Веб-сайту. Бізнес-моделі сайтів

Тема 4. Види електронного бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу [8,21,27,32,34,37]

Електронна комерція. Електронна банківська діяльність (Інтернет-банкінг). Платіжні системи. Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг). Електронні аукціони. Електронна пошта. Електронні бюро. Електронні страхові послуги. Дистанційне навчання. Електронний маркетинг. Електронна реклама. Розробка ПЗ та цифрових товарів. Електронна комерція як

складова електронного бізнесу. Порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією. Моделі електронної комерції.

Тема 5. Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B[1,6,10,12,15,18,21,31,36,43,45]

Система ЕК типу В2В. Головні елементи системи електронної комерції В2В. Класифікація систем ЕК типу В2В. Моделі систем В2В. Електронний майданчик. Послуги електронних майданчиків. Інтернет-аукціон. Класифікація Інтернет-аукціонів. Огляд Internet-аукціонів. Internet площадки та їх види. Бізнес моделі та структура Internet площадок. Розвиток торгових Internet площадок.

Тема 6. Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Системи електронної комерції G2C та G2B[2,4,6,8,21,22,29]

Загальна робота системи В2С. Класифікація систем ЕК типу В2С. Електронний ряд. Інтернет-вітрина. Інтернет-магазин. Структура та процес створення Інтернет-магазину. Відмінні риси Інтернет-вітрини та Інтернет-магазину. Класифікація відвідувачів інтернет-магазинів. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти. Відкривання магазину. Обробка замовлення. Керування магазином. Забезпечення Internet магазину. Оплата і доставка товарів. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину. Якість обслуговування у Internet магазинах.

Змістовий модуль 2. Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу

Тема 7. Електронні платіжні системи [2,5,8,17,19,20,29]

Поняття платіжної системи в Інтернеті. Дотримання конфіденційності. Збереження цілісності інформації. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація. Гарантії ризиків продавця. Мінімізація плати за транзакцію. Класифікація платіжних систем. Кредитні системи. Дебетові системи. Платіжні системи на основі смарт-карт. "Електронна готівка". Платіжні системи типу CyberPlat, Assist, Еліт-карт Instant, Web Money Transfer, PayCash, PayPal.

Тема 8. Internet-трейдинг [1,9,10,31,34,36,40]

Принципи функціонування Інтернет-трейдингу. Дейтрейдинг. Ринок Forex. Типи рахунків при роботі на електронній біржі. Інструменти для роботи на ринку Forex.

Тема 9. Internet-маркетинг[1,9,10,31,34,36,40]

Особливості сучасного Internet-маркетингу. Сайтопромоутінг. Закони Інтернет-маркетингу. Методи Інтернет-маркетингу. Інтернет-реклама. Таргетинг. Пошукова реклама. Медіапланування. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet.

Тема 10. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація
[3,9,10,20,29,40,41,42,44,45]

Пошукова оптимізація. Критерії оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем. Зона видимості. Методи пошукової оптимізації. Індекс цитування. Спамдексинг.

Тема 11. Internet-реклама [3,9,10,20,29,40,41,42,44,45]

Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті. Цінові моделі розміщення реклами. Оплата по кількості показів. Фіксована оплата. Оплата по кількості натискань мишею. Оплата по кількості відвідувачів. Оплата в залежності від кінцевого результату. Порівняльний аналіз цінових моделей. Банерна реклама. Методи банерної реклами. Критерії вибору рекламних площадок. Реєстрація сайту в Web-каталогах і індексація сайту пошуковими системами. Реклама з використанням електронної пошти (opt-out і opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів. Розсилання індивідуальних листів Використання списків розсилання правил ефективного використання дискусійних аркушів. Спам.

Вірусний маркетинг. Реклама з використанням дощок оголошень. Розсилання новин сервера. Партнерські програми.

Тема 12. Ефективність електронної комерції [6,8,14,21,22,28]

Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів. Основні напрямки оцінки ефективності електронної комерції. Економічні показники ефективності електронної комерції. Трансакційні витрати. Основні маркетингові показники. Структура загальних витрат Інтернет-проекту.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид заняття	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк	лаб	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. «Основні поняття, принципи та організація ведення електронного бізнесу»							
1	Лекція 1	Основи електронного бізнесу	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 1	Основи електронного бізнесу	-	-	2		2
	Самостійна робота 1	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			10	1
2	Лекція 2	Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу	2				
	Практичне заняття 2-3	Роль Інтернету в розвитку електронного бізнесу	-		4		2
	Самостійна робота 2	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			10	1
3	Лекція 3	Види електронного бізнесу	2				
	Практичне заняття 4	Види електронного бізнесу	-		2		2
	Самостійна робота 3	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			10	2
4	Лекція 4	Електронна комерція як складова електронного бізнесу	2		-		
	Практичне заняття 5-6	Електронна комерція як складова електронного бізнесу	-		4		3
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-		-	10	2
5	Лекція 5	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	2				
	Практичне заняття 7	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	-		2		3
	Самостійна робота 5	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			10	2
6	Лекція 6	Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Системи електронної комерції G2C та G2B	2				
	Практичне заняття 8-9	Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Системи електронної комерції G2C та G2B	-		4		3
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			10	2
7-8	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I				6	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I	-				10
Всього за змістовий модуль 1 – 68 год.			12	0	18	66	35

Змістовий модуль 2. «Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу»							
9	Лекція 7	Електронні платіжні системи. Internet-трейдинг	2				
	Практичне заняття 10	Електронні платіжні системи. Internet-трейдинг			2		3
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на НІП				12	
10	Лекція 8	Internet-маркетинг	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 11-12	Internet-маркетинг	-	-	4		3
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на НІП	-			12	1
11	Лекція 9	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	2				
	Практичне заняття 13	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	-		2		3
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на НІП	-			12	1
12	Лекція 10	Internet-реклама	2				
	Практичне заняття 14-15	Internet-реклама	-		4		3
	Самостійна робота 10	Виконання практичних завдань, робота на НІП	-			10	2
13	Лекція 11	Показники вимірювання ефективності в електронній торгівлі	2		-		
	Практичне заняття 16	Показники вимірювання ефективності в електронній торгівлі	-		2		3
	Самостійна робота 11	Виконання практичних завдань, робота на НІП	-		-	10	2
14-15	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				10	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II	-				10
Всього за змістовий модуль 2 – 82 год.			10	0	14	66	35
Екзамен							30
Всього з навчальної дисципліни – 150 год.			22	0	32	126	100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Початковою точкою розвитку ЕК вважається?
2. Дайте визначення електронного бізнесу.
3. Дайте визначення електронної комерції.
4. З чого складається перехід від звичайних методів управління підприємством до електронних?
5. Аутсорсинг.
6. Яку бізнес-функцію не можна передати в аутсорсинг і чому?
7. У якому випадку бізнес вважається електронним?
8. Яким чином визначається різниця між електронним і традиційним бізнесом
10. Між якими суб'єктами в рамках електронної комерції відбувається постійна взаємодія ?
11. Які операції включає електронна комерція ?
12. Які види електронної комерції Ви знаєте ?
13. Назвіть переваги та характерні риси електронної комерції.
14. Що називають гіперпосиланням ?
15. Що таке ІР-адреса?
16. Що називають ІР-адресою?
17. Що називають Web-сторінкою?
18. Що називають Web-сайтом?
19. Що таке Інтернет-магазин?
20. Назвіть особливі риси Інтернет -магазинів.
21. Що називають Web-вітриною?
22. Чим відрізняється Інтернет-магазин від Web-вітрини?
23. Назвіть форми оплати товарів, придбаних в Інтернет -магазині.
24. Назвіть характерні риси Internet-аукціонів.
25. Назвіть декілька найпоширеніших схем аукціонного торгу.
26. Які специфічні правила діють для електронних аукціонів?
27. Назвіть характерні типи аукціонних товарів.
28. Як організована робота віртуального аукціону ?
29. Що називають електронним торговельним майданчиком ?
30. Назвіть основні принципи роботи електронних торговельних майданчиків.
31. На які категорії поділяються за ознакою створення та належності електронні торговельні майданчики ?
32. Дайте визначення системі ЕК типу В2В?
33. Класифікація систем ЕК типу В2В?
34. Які моделі систем В2В ви знаєте?

35. Опишіть структуру Інтернет-магазину.
36. Опишіть процес створення Інтернет-магазину.
37. Опишіть функції управління Інтернет-магазином.
38. Типи послуг, які надаються системами ЕК.
39. Особливості послуг, які надаються за допомогою систем ЕК.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

40. Поясніть поняття Інтернет-трейдинг?
41. Принципи роботи Інтернет-трейдинга.
42. Які інструменти необхідні для роботи на ринку Forex?
43. Дайте визначення ринку Forex.
44. Дайте визначення електронної платіжної системи.
45. Перерахуйте функції, які повинна виконувати платіжна система.
46. Поясніть поняття емітент, еквайєр, стоп-лист.
47. Класифікація платіжних систем.
48. Дайте визначення кредитній платіжній системі.
49. Опишіть недоліки кредитних платіжних систем.
50. Дайте визначення дебетній платіжній системі.
51. Дайте визначення електронним грошам.
52. Яким чином забезпечується достовірність електронних грошей?
53. Опишіть недоліки дебетних платіжних систем.
54. Дайте визначення сайтопромоутингу.
55. Опишіть основні закони Інтернет-маркетингу.
56. Дайте визначення Інтернет-маркетингу.
57. Що таке Інтернет реклама?
58. Що таке контекстна реклама?
59. Класифікація контекстної реклами.
60. Що таке пошукова оптимізація?
61. Які критерії використовуються для оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем?
62. Що таке зона видимості?
63. Методи пошукової оптимізації.
64. Що таке індекс цитування?
65. Що таке банерна реклама?
66. Що таке банер?
67. Класифікація банерів
68. Класифікація систем обміну банерами.
69. Що таке e-mail маркетинг?

70. Класифікація методів e-mail маркетингу.
71. Що таке вірусний маркетинг?
72. Класифікація методів вірусного маркетингу.
73. Дайте визначення партнерської програми.
74. Які показники характеризують ефективність Інтернет-реклами.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. Алексунин, В. Родигина. — М.: Дашков и Ко, 2005. — 216 с.
2. Андреева Л.О., Болтянська Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андреева, О.І. Лисак. — Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. — 668 с.
3. Андреева Л.О. Системний аналіз організації / Л.О. Андреева // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. — Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2012. — № 2 (18), том 5. — с. 7-14 (374 с.)
4. Андреева Л.О., Болтянська Л.О., Лисак О.І. Практикум з економіки підприємства: електр. навч. посіб. — 2018. — 244 с.
5. Апопій В. В. Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку / Апопій В. В. // Регіональна економіка. — 2003. — № 1. — С. 25.
6. Балан Р.О. Регулювання діяльності небанківських електронних платіжних систем в Україні // Фінансове право. - 2009.- № 1.- С. 38-42
7. Болтянська Л.О. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації // Л.О. Болтянська, В.М. Тебенко // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої.- Мелітополь 2017. С. 20-27 (Index Copernicus)
8. Болтянська Л.О. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні / О.І. Лисак, Л.О. Андреева, Л.О. Болтянська / ADVANCES OF SCIENCE. Proceedings of the international scientific conference Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 28 September 2018. — С. 1357-1366.
9. Борецько Н.М. Оподаткування електронної комерції: досвід іноземних країн // Вісник Академії митної служби України. Серія "Економіка". 2009 р. № 1(41).- Д.: Акад. митної служби України, 2009.- С.143-
10. Брижко В., Швець М. До питання е - торгівлі та захисту персональних даних // Правова інформатика.-2007.- Електронний ресурс (№21).-С. 14-28
11. Від ідеї до власної справи: Навч. посібник. / А.С. Коноваленко, Л.О. Болтянська, Д.М. Трачова та інш. - Мелітополь.: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2017 – 278с.
12. Власюк Ю.О. Застосування економіко-математичних методів у дослідженні конкурентоспроможності підприємств // Ю.О. Власюк, Г.П. Педченко / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої. — Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2017. № 3 (35). - С. 279-285.

13. Грехов А. М. Е-комерція./А. М. Грехов. - К.: Вид. Європейського ун-ту, 2006. - 212 с.
14. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник / Грехов А. М. — К.: Кондор, 2008. — 302 с.
15. Грицаєнко М.І. Довіра як передумова розвитку підприємницької діяльності / М.І. Грицаєнко // Бізнес Інформ. – 2016. – №12. – 143-148
16. Грушко П. Міжнародно-правове регулювання електронної комерції та електронного обміну даними //Український Часопис Міжнародного Права.- 2002.- № 1.-С. 45-47
17. Дергачова В. В. Глобалізація бізнесу та Інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: [монографія] / В. В. Дергачова, О. О. Скибіна / Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2007. - 216 с.
18. Драчов В. Мобільна торгівля як один з перспективних напрямків електронної торгівлі / В. Драчов // Журнал європейської економіки. - 2005. - Т. 4, червень. - С. 242-255.
19. Електронна комерція : Навч. посібник / А.М.Береза, І.А.Козак, Ф. А. Левченко та ін. - К.: КНЕУ, 2002.- 326 с.
20. Жучкова И. Электронная подпись в Украине: первые шаги / Жучкова И., Коноплева А. // Економіка, фінанси, право. — 2004. — № 1 — С. 17—20.
21. Злобін С.В. Світовий та вітчизняний досвід організації систем електронної комерції //Науково-технічна інформація. - 2007.- № 3.-С. 36-41
22. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор, Д. Постерман. [пер. с англ.]. — М.: Альпина Паблишер, 2003.
23. Лисак О.І. Перспективи розвитку електронної комерції в Україні / О.І. Лисак / Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2017. – №3 (35). – С. 46-55.
24. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 184 с.
25. Макарова М.В. Електронна комерція : Посібник для студентів ВНЗ.- К.: Видавничий центр «Академія»,2002.- 272 с.
26. Меджибовська Н.С. Електронна комерція. - К.: Центр навчальної л-ри, 2004. - 384 с.
27. Міщенко В. І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг / Міщенко В. І., Шаповалов А. В., Юрчук Г. В. — К.: Т-во «Знання», 2003. — 278 с.
28. Педченко Г.П. Соціальні аспекти розвитку підприємництва в Україні// Г.П. Педченко, Ю.О. Власюк / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2017. - № 1-2 (33-34)- С. С. 260-268.

29. Плескач В.Л. Технології електронного бізнесу. - К.: КНТЕУ, 2004. - 222 с.
30. Плескач В.Л., Затоначька Т.Г. Електронна комерція: Підручник - К.: Знання, 2007, 535 с.
31. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція: Підручник/ За ред. А.А.Мазаракі. - К.: КНТЕУ, 2002,- 443 с.
32. Степанова Л. М.Основи електронного документообігу: навч. посібник / Степанова Л. М., Рассамакін В. Я. — К.: КНТЕУ, 2004. — 154 с.
33. Шалева О.І. Електронна комерція : Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216. с.
34. Эвод И. Электронная коммерция: Практ. руководство. - М.: Диасофт, 2002. - 608 с.
35. ЮНКТАД. «Доклад об электронной торговле и развитии 2002 года» - Нью-Йорк; Женева, 2002. Издание ООН.
36. ЮНСИТРАЛ: Типовой закон об электронной торговле и руководство по принятию 1996 год / ООН. — Нью-Йорк, 1997. — 73 с
37. Boardman, R Direct marketing -The new rules (2004) Hertfordshire Law Journal, Volume 2, Issue 1, pages 3-30.
38. Butler, M Spam - The meat of the problem (2003) CLSR Vol. 19, No. 5, pp388-391.
39. Chaudri, A Metatags and banner advertisements - do they infringe trade mark rights? (2004)
40. Cheng, T. S. L. Recent international attempts to can spam (2004) CLSR Vol. 20 No. 6, pp472-479.
41. Chetwin, M & Clarke, B The relative effectiveness of technology v legislation in curtailing spam(2004) C.T.L.R. 10(8), pp192-197.
42. Computer Law and Security Report, Volume 20, Number 5, pages 402-404.
43. Middleton, R Spamming and unsolicited commercial email from a European perspective (2002) C.T.L.R 13
44. Munir, A B Unsolicited Commercial Email: Implementing the EU Directive (2004) C.T.L.R. 10(5) 105-110.
45. Murray, A The use of Trade Marks as Metatags: Defining the boundaries (2000) IJL & IT, Volume 8, Number 3, pages 263-284.
46. Murray, A. The Regulation of Cyberspace, Routledge Cavendish (2007), Chapter 1 (pages 3-21),Chapter 3 (Pages 57-73).
47. Niemann, J-M Cyber Contracts- A comparative view on the actual time of formation Communications Law 2000, Volume 5, Number 2, pages 48-53.

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua>,
<http://op.tsatu.edu.ua>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
4. Сайт кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності <http://www.tsatu.edu.ua/et/>
5. Internet.