



**БІЛГОРОД-ДНІСТРОВСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

(повна назва навчального закладу)

Циклова комісія фахових дисциплін

АНОТАЦІЯ

навчальної дисципліни

«Електронна комерція»

Курс та семестр вивчення	3 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Спеціальність	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь освіти	Фаховий молодший бакалавр

ПРІЗВИЩЕ, ім'я викладача, який веде дану дисципліну, кваліфікація	БАДАЛОВА Аїда викладач II категорії
Контактний телефон	+380964924243
Електронна адреса	<u>aida.xoma@gmail.com</u> <u>infobdepk@gmail.com</u>
Розклад навчальних занять	
Консультації	
Код дистанційного курсу	hxo7oqx

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна,
програмні результати навчання**

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач ПТБД	
Загальні компетентності	Автономність і відповідальність (АВ)
ЗН-2. Знати основи нормативно-правового забезпечення підприємницької діяльності.	АВ-1. Здатність відповідально ставитися до виконуваної роботи, досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики, самостійно приймати рішення і нести відповідальність за їх прийняття.
ЗН-3. Знати термінологію і мати базові і структуровані знання у галузі управління та адміністрування для подальшого використання на практиці.	АВ-2. Здатність виявляти ініціативу і практичність у різних напрямках професійної діяльності, брати на себе відповідальність за результати вимог.
ЗН-4. Знати особливості організації торговельно-технологічного процесу, кон'юнктуру ринку.	АВ-3. Уміння організовувати пошук, самостійний відбір, якісне оброблення інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. Використовувати інформаційні і комунікаційні технології, обробляти й аналізувати інформацію для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
	АВ-4. Здатність до подальшого навчання з певним рівнем автономності та відповідальності за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб (команди).
Уміння (УМ)	Комунікація (К)

<p>УМ-3. Використовувати комунікаційні технології, забезпечувати реалізацію планових завдань і звітувати про їх виконання.</p>	<p>К-1. Здатність працювати в команді і взаємодіяти із широким колом осіб для провадження професійної діяльності.</p>
<p>УМ-4. Уміти використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну і поширення інформації у професійній сфері.</p>	<p>К-2. Здатність ефективно спілкуватися на професійному та соціальному рівнях.</p>
<p>УМ-7. Збирати й аналізувати маркетингову інформацію виходячи з потреб підприємства та умов його діяльності.</p>	<p>К-3. Здатність донести до фахівців і нефахівців у своїй професії інформацію, проблеми, ідеї, рішення та власний досвід професійної діяльності.</p>
<p>УМ-6. Вміти організувати власну справу, користуючись нормативно-правовими документами і зважаючи на середовище діяльності.</p>	

Робоча програма дисципліни **Електронна комерція** для студентів
(назва навчальної дисципліни)

Галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

« » серпня 2021 року с. 18.

Робоча програма вивчення вибіркової дисципліни «електронна комерція»
складена відповідно до освітньо-професійної програми за спеціальністю 076
Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, галузі знань 07 Управління
та адміністрування для початкового рівня вищої освіти НМЦ «Укоопосвіта»
17.07.2018

Розробники: **БАДАЛОВА Аїда – викладач II категорії**
(вказати авторів, їх посади, наукові ступені та вчені звання)

Робоча програма затверджена на засіданні циклової (предметної) комісії
фахових дисциплін

Протокол від « » серпня 2021 року № ____

Голова циклової комісії **фахових дисциплін** _____ **Лариса МОНАСТИРСЬКА**
(підпис) (прізвище та ініціали)

« » серпня 2021_ року

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 2	Галузь знань <u>07 Управління та адміністрування</u> Спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	Нормативна (за вибором)	
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____		Семестр	
Загальна кількість годин – <u>45 год.</u>		1-й	2-й
		Лекції	
		<u>год.</u>	<u>18 год.</u>
		Практичні заняття	
		<u>год.</u>	<u>12 год.</u>
		Самостійні роботи	
		<u>15 год.</u>	
		Індивідуальні завдання	
		- год.	
		Вид контролю: - <u>залік</u>	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – самостійної роботи студента –	Галузь знань <u>0305 Економіка та підприємництво</u> Напрямок підготовки Спеціальність <u>5.03050802</u> <u>Оціночна діяльність</u>		

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

№з/п	Назва теми	
1.	Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	4
2.	Організація та правове забезпечення електронної комерції	2
3.	Основні види електронного бізнесу	6
4.	Способи організації інтернет-магазинів, принципи функціонування та керування інтернет-магазином	6
5.	Тактичні прийоми електронної комерції	6
6.	Організація подання послуг в електронній комерції	4
7.	Маркетинг та реклама в мережі Інтернет	10
8.	Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	3
9.	Ефективність електронної комерції	4
Разом		45

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. *Метою* викладання даної навчальної дисципліни є формування компетентностей стосовно виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

1.2. Основними *завданнями*, які мають бути вирішені у процесі викладання дисципліни «Електронна комерція» є вивчення теоретичних і практичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, методів захисту інформації; набуття вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для ведення бізнесу в мережі Інтернет.

Унаслідок вивчення даної дисципліни студенти повинні:

знати суть та основні поняття електронної комерції, її правові аспекти та можливості використання в електронному бізнесі;

- засоби створення реклами та умови її розміщення в Інтернеті;

- методологію просування власного бізнесу в мережі Інтернет;

- поняття, структуру та принципи побудови Інтернет- ринку та його складових (електронної вітрини, магазину, аукціону), технологію створення та типову конфігурацію електронного магазину;

- класифікацію платіжних систем та принципи їх використання, особливості розрахунку електронними чеками;

- проблеми та складові безпеки захисту інформації в електронній комерції, програмні та апаратні засоби захисту та шифрування інформації;

уміти використовувати сучасні мережні інформаційні продукти;

- розробляти рекламні кампанії в мережі;
- використовувати методи реалізації банерної реклами;
- використовувати платіжні системи для розрахунків через Інтернет;
- користуватися послугами електронних вітрин, магазинів, Інтернет-аукціонів;
- працювати з інформацією різних рівнів конфіденційності інформації;
- використовувати захист комунікацій у мережі Інтернет;
- виявляти потенційні загрози електроіної комерції;
- аналізувати показники ефективності електронної комерції

3. Структура навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин			
		усього	аудиторні заняття		самостійна робота
			лекції	практичні	
10.	Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції	4	2	-	2
11.	Організація та правове забезпечення електронної комерції	2	2		
12.	Основні види електронного бізнесу	6	2	2	2
13.	Способи організації інтернет-магазинів, принципи функціонування та керування інтернет-магазином	6	2	2	2
14.	Тактичні прийоми електронної комерції	6	2	2	2
15.	Організація подання послуг в електронній комерції	4	2	-	2
16.	Маркетинг та реклама в мережі Інтернет	10	4	4	2
17.	Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції	3		2	1
18.	Ефективність електронної комерції	4	2	2	
Разом		45	18	14	13

19. Теми лекційних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1.	<p>Тема 1. Суть, зміст, значення та тенденції розвитку електронної комерції</p> <p><i>Тема лекції 1.</i> Поняття електронної комерції як складової частини електронного бізнесу</p> <p style="text-align: center;">План</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття електронного бізнесу, його цілі та завдання. Види електронного бізнесу. Категорії електронного бізнесу. Інтеграція електронної комерції в діяльність підприємства. 2. Поняття і суть електронної комерції. Суб'єкти та об'єкти електронної комерції. Складові електронної комерції в діяльність підприємства. 3. Умови розвитку електронної комерції в мережі Інтернет. 4. Законодавча база електронної комерції. 	2
2.	<p>Тема 2. Організація та правове забезпечення електронної комерції</p> <p><i>Тема лекції 2.</i> Веб-сайт та процедура його створення.</p> <p style="text-align: center;">План.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Види Web-сайтів. Контент Web-сайту. Оптимізація сторінки. Пошукова оптимізація. Побудова «Дерева» сайту. Розміщення сайту. 2. Вибір доменного імені. Реєстрація доменного імені. Правове регулювання електронної комерції на роздрібному ринку. Регулювання посередницької діяльності в електронній комерції. 3. Поняття безпеки електронної комерції. Побудова системи безпеки. 4. Ризики в електронній комерції. 	2
3.	<p>Тема 3. Основні види електронного бізнесу</p> <p><i>Тема лекції 3:</i> Організаційні оптового продажу товарів та послуг системи B2B. Мобільна комерція</p> <p style="text-align: center;">План.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Види Web-сайтів. Контент Web-сайту. Оптимізація сторінки. Пошукова оптимізація. Побудова «Дерева» сайту. Розміщення сайту. 6. Вибір доменного імені. Реєстрація доменного імені. Правове регулювання електронної комерції на роздрібному ринку. Регулювання посередницької діяльності в електронній комерції. 7. Поняття безпеки електронної комерції. Побудова 	2

	системи безпеки. 8. Ризики в електронній комерції.	
4.	<p>Тема 4. Способи організації інтернет-магазинів, принципи функціонування та керування інтернет-магазином</p> <p><i>Тема лекції 4: Організація продажів у інтернет-магазинах</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура електронного магазину: Web-сайт, система обробки замовлення, системи оплати, системи доставки товарів, система роботи з постачальниками, фронт-офіс, бек-офіс, маркетингова служба. 2. Пропозиція товарів в мережі. Web-вітрина та вимоги до неї. 3. Реєстрація та автоматизація користувачів. Індивідуальний підхід в процесі обслуговування. Організація постачання товарів. Організація системи підтримки клієнтів. 	2
5.	<p>РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ</p> <p>Тема 5. Тактичні прийоми електронної комерції</p> <p><i>Тема лекції 5: Стимулювання збуту в електронній комерції.</i></p> <p>План.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття «платіж», «розрахунок». Інформаційні та грошові протоки при здійсненні платежів. Види систем оплати. Засоби платежів: традиційні, електронні. 2. Платіжні системи та їх класифікації. Критерії оптимальності платіжної системи. Учасники платіжної системи. Характеристики платіжних систем: користувацькі та професійні. 3. Використання платіжних систем на основі пластикових карт. Використання платіжних систем на основі смарт-карт. Використання платіжних систем на основі електронних грошей. 4. Особливості розрахунків електронними чеками. 5. Інвестування та відрахування через системи Інтернет. 	2
6.	<p>Тема 6. Організація подання послуг в електронній комерції</p> <p><i>Тема лекції 6: Система управління інвестиціями через Інтернет</i></p> <p>План.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Торги на електронних біржах. Термінологія проведення електронних торгів. Предмети та види біржових угод в мережі Інтернет. Форми торгів: голосові, електронні, змішані. 2. Учасники електронної біржової торгівлі та правила їх поведінки. Організація автоматизованого робочого місця трейдера. 3. Процедура організації торгів на електронній біржі. 	2

	Організація торгів на електронному аукціоні	
7.	<p>Тема 7. Маркетинг та реклама в мережі Інтернет <i>Тема лекції 7: Маркетинг та просування товарів та послуг у мережі Інтернет</i></p> <p>План.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть процесу передачі та сприймання інформації. Поняття інтерактивності. 2. Поняття маркетингу в електронній комерції. Принцип маркетингу в мережі Інтернет. Джерела інформації в маркетинговій діяльності підприємства. Методи пошуку інформації та їх застосування в маркетинговій діяльності підприємства. 3. Суть електронних суспільних зв'язків, побудова інтерактивних взаємовідносин. Елементи взаємодії на сайті 4. Бренд-сайт. Структура бренд-сайту. Основні етапи створення бренд-сайту та подальшого просування. 	2
8.	<p>Тема 7. Маркетинг та реклама в мережі Інтернет <i>Тема лекції 8: Інтернет-реклама</i></p>	
9.	<p>Тема 9. Ефективність електронної комерції <i>Тема лекції 9: Ефективність електронної комерції</i></p> <p>План.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні поняття ефективності електронної комерції. Підходи до вибору системи показників для оцінки ефективності форм електронної комерції. Показники ефективності: економічні, організаційні, комунікаційні. Економічно-організаційні переваги, які отримують учасники електронної комерції. 2. Оцінка ефективності електронного магазину. Оцінка ефективності рекламної кампанії в мережі Інтернет. Оцінка ефективності супроводу товару просування. 	2
		18

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми дисципліни та практичного заняття	Кількість годин
1.	Тема 3. Основні види електронного бізнесу <i>Тема практичного заняття 1: Системи електронної комерції та їх організаційні форми</i>	2
2.	Тема 4. Організація продажів у електронних магазинах <i>Тема практичного заняття 2: Технологія створення структури інтернет-магазину.</i>	2
3.	Тема 5. Системи оплати товарів та послуг електронній комерції <i>Тема практичного заняття 3: Системи оплати товарів та послуг електронній комерції</i>	2
4.	Тема 7. Маркетинг та просування товарів та послуг у мережі Інтернет <i>Тема практичного заняття 4: Визначення особливостей маркетингових послуг та функціонування реклами в Мережі Інтернет</i>	2
5.	Тема 7. Маркетинг та просування товарів та послуг у мережі Інтернет <i>Тема практичного заняття 5: Пошукова оптимізація та просування в мережі інтернет-магазину</i>	2
6.	Тема 8. Платежі та розрахунки за товари і послуги в електронній комерції <i>Тема практичного заняття 6. Електронні платіжні системи</i>	2
7.	Тема 9.Ефективність електронної комерції <i>Тема практичного заняття 7. Ефективність електронної комерції</i>	2
		14

6. Методи навчання

- словесні (пояснення, лекція, інструктаж);
- наочні (ілюстрація – плакат, схема; демонстрація – презентації, мультимедійні файли);
- практичні (самостійна робота на занятті та поза аудиторна, виконання розрахункових завдань).

7. Методи контролю

Усне опитування, письмовий контроль, практична контрольна перевірка, тестовий контроль, самоконтроль, взаємоконтроль.

8. Методичне забезпечення

1. Тексти лекцій.
2. Завдання для практичних занять.
3. Інструкційні картки для виконання практичних занять.
4. Завдання для самостійної роботи та методичні рекомендації з її виконання.
5. Тести для перевірки знань студентів.
6. Роздатковий матеріал.
7. Засоби діагностики знань студентів.
8. Критерії оцінювання знань студентів.
9. Наочні посібники.
10. Презентаційні матеріали.
11. Електронні посібники.

9. Рекомендована література

Законодавчі та нормативні документи

1. Конституція України.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-ІУ.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-ІУ.
4. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.91 № 1576-ХІ.
5. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23.02.2006 № 3480-ІУ.
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755.
7. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-ХІІ.
8. Закон України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 № 514-VI.
9. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 05.07.1994 № 80-94.
10. Концепція Національної програми інформатизації. Схвалено Законом України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 04.02. 1998 р. № 75/98-ВР.
11. Положення про порядок здійснення криптографічного захисту інформації в Україні. Затверджено Указом Президента України від 22.05.1998 р. № 505/98.
12. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: затв. наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 103.

Базова

1. Грехов А. М. Електронний бізнес : навч. посіб. / А. М. Грехов. - К., 2016 - 310 с.
2. Електронна комерція. Конспект лекцій для студ. кооп. технікумів і коледжів. Спеціальність 5.03051001 Товарознавство та комерційна діяльність / Уклад. : Романова Н. Л. - К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2013. - 80 с.
3. Електронна комерція. Опорний конспект лекцій для студ. кооп. технікумів і коледжів. У 2 ч. Спеціальність 5.03051001 Товарознавство та комерційна діяльність / Уклад. : Ільченко Л. А. - К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2014.
4. Макарова М. В. Електронна комерція : посіб. для студ. вищих навч. закл. / М. В. Макарова - К. : Видавничий центр «Академія», 2012. - 272 с.
5. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни «Електронна комерція» для студентів денної форми навчання спеціальності 7.03050201 «Економічна кібернетика» / Уклад. Ковальчик О. А. - Тернопіль, 2015. - 19 с.
6. Тардаскіна Т. М. Електронна комерція : навч. посіб. / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко. - Одеса : ОІТАЗ імені О. С. Попова, 2011. - 244 с.
7. Царьов Р. Ю. Електронна комерція : навч. посіб. з підготовки бакалаврів / Р. Ю. Царьов. - Одеса : ОНАЗ імені О. С. Попова, 2010. - 112 с.
8. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. / О. І. Шалева. - К. : Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.

Допоміжна

1. 7 трендів в електронній комерції в 2017 роках [Електронний ресурс] - Режим доступу : <https://webexpert.com.ua/ua/7-Непійу-у-еІскійшійу-котегізіуі-у-3О> 16-2017-гокай
2. Оетіія: тренди ринку інтернет-реклами Центральної і Східної Європи [Електронний ресурс] - Режим доступу : <https://mresearcher.com/2017/09/gemms-trendi-rinka-intemet-гекІатіДзепІгаІпої-і-зБісІпої-уеугопі.ІЦІІ.>
3. Борисова Ю. Деякі проблеми регулювання правовідносин в сфері електронної комерції / Ю. Борисова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. - 2010. - Вин. 82. - С. 69-72. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Yur_2010_82_22.
4. Василенко О. С. Електронна комерція як напрям уніфікації в рамках Юнсїтрал / О. С. Василенко // Часопис Київського університету права. - 2011. — № 1. - С. 338-341. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJR14/Chkup_2011187.

5. Гонський М. Д. Інтеграція маркетингу в комерційні процеси організації / М. Д. Гонський // Торгівля, комерція, підприємництво. -2011.- Вип. 12. - С. 82-85. - Режим доступу : http://nbiiiv.gov.ua/UJRN/Tbrg_201112J21.
6. Гриценко С. Активізація електронної комерції як чинник економічної модернізації інтернет-бізнес процесів / С. Гриценко // Маркетинг в Україні. - 2012. - № 2. - С. 34-39. - Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mvu2>.
7. Достоинства и недостатки Ингернет-магазинов с точки зрения потребителей [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.masters.donntu.edu.ua/2005/fvti/kartavenko/library/9/lib9.hùn>.
8. Зюкова А. О. Маркетингове дослідження використання можливостей Internet як передумови інноваційного розвитку / А. О. Зюкова, І. О. Зюкова // Бізнес Інформ. - 2014. - № 3. -С. 386- 390. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_66.
9. Кількість регулярних Інтернет-користувачів в Україні зросла до 21,8 млн. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://gazeta.ua/articles/life/_kilkist-regulyamih-intemetkoristuvachiv-v-ukrayini-zrosla-do-218-mln/633061.
10. Книга скарг / Всеукр. громад, організація «Союз споживачів України» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://consumerunion.com.ua/ua/kniga_skarg/page/10.htm.
11. Концепція «WebResponse» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/2012-06-25-18-21-09/2564-web-response.html>.
12. Коротких С. Сучасні електронні торгові системи і тенденції їх розвитку [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/rzp/155.htm
13. Крутова А. Проблеми аналізу економічної ефективності електронної комерції / А. Крутова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2011. — № 5. — С. 107-119. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2011_5_11.
14. Кузнецов П. В. Використання маркетингових інструментів у системі електронної комерції / П. В. Кузнецов, Т. М. Куценко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2016. - Вин. 15. - С. 154-158. - Режим доступу :http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_15_3_5.
15. Кузнецов П. В. Роль маркетингу в розвитку мобільної електронної комерції в Україні [Електронний ресурс] /
16. П. В. Кузнецов //Глобальні та національні проблеми економіки : електрон, фахове вид. - 2016. — Вип. 10. - С. 1036-1039. — URI: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/215.pdf>.
17. Литовченко І. Л. Дослідження Інтернет-середовища
18. України для маркетингової діяльності промислових підприємств / І. Л. Литовченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. -2011.- № 2. - С. 88-94. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011211.
19. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. - К. : Центр учбової літератури, 2011. — 332 с.
20. Литовченко І. Л. Маркетингові дослідження ринку
21. В2В в Ітернет-середовищі / І. Л. Литовченко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2011. - Вип. 41(2). - С. 76- 83. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2011_41_15.
22. Маловичко С. В. Еволюційні засади розвитку елект

28. ронної комерції / С. В. Маловичко // Економічний аналіз. -2014. - Т. 18(2). - С. 291-297. - Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan_2014_18\(2\)_41](http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan_2014_18(2)_41).
29. Маловичко С. Віртуалізація економіки як чинник розвитку електронної торгівлі / С. Маловичко // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. - 2015. - № 11. - С. 129-139. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2015_11_14.
30. Михалев А. С. Права споживачів при купівлі товарів через Інтернет-магазин [Текст] / А. С. Михалев, В. В. Мельник // Сучасні інформаційні системи і технології: матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 15-18 травня 2012 р. / Ред. кол. : А. С. Довбиш, О. А. Борисенко, І. В. Баранова. - Суми : СумДУ, 2012. - С. 222-225.
31. Основные направления деятельности Ассоциации участников рынка Интернет Украины (АУРИУ) [Електронний ресурс]. - Режим доступа : <http://auriu.org/work/index.html>.
32. Писаренко В. П. Міжнародний досвід і зарубіжне за
33. конодавство у сфері регулювання електронного документообігу та можливості його впровадження в електронній комерції в Україні / В. П. Писаренко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2013. -№ С. 42-47. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2013_6_10.
34. Пілянкевич Є. Роль держави у сфері регулювання доступу до інформації в комп'ютерних мережах. / Є. Пілянкевич - <http://www.ipc.kiev.ua>.
35. Попова Л. О. Маркетингові дослідження споживчих переваг в сфері інтернет-реклами / Л. О. Попова, Т. Л. Мітяєва, О. М. Прядко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2014. - № 2(2). - С. 110-114. - Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2014_2\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2014_2(2)_24).
36. Реклама в Інтернеті: 8 основних видів та їхні особливості [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://lemarbet.com/ua/razvitie-intemet-magazina/reklama-v-intemet-8-osnovnyh-vidov-i-ih-osobeimosti/>.
37. Ситник В. Ф. Телекомунікації в бізнесі : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисцип. / В. Ф. Ситник, І. А. Козак - К.: КНЕУ, 2010.-204 с.
38. Статистика Інтернет-торговлі в країнах світу [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/statistika-intemet-torgovli-v-stranakh-mira/>.
39. Титаренко Я. Що пропонують з маркетингових досліджень в Інтернет лідери в пошуковій системі Google/
40. Я. Титаренко // Маркетинг в Україні. - 2016. — № 5. — С. 21-24. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mvu_2016_5_4.
41. Чернега О. Б. Методологія дослідження електронної торгівлі як поліфункціонального явища / О. Б. Чернега, С. В. Маловичко // Інноваційна економіка. - 2016. - № 5-6. - С. 212-218. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_37.
42. Чунарьова А. В. Проблеми захисту інформації в сучасних інформаційно-комунікаційних системах та мережах / А. В. Чунарьова, Р. В. Зюбіна [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Ipbogta1ica/4_80227.doc.htm.
43. Шаблієнко А. Суб'єкти правовідносин у сфері електронної комерції / А. Шаблієнко // Теорія і практика інтелектуальної власності. - 2015. - № 1. - С. 84-90. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpiv_2015_1_11.
44. Швець О. Ю. Аналіз методів і засобів захисту інформації та сучасних вимог до них / О. Ю. Швець, В. В. Лазаренко [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.msnauka.com/25_DN_2008/Infonnatica/28842.doc.htm.

45. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просунення і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Іаврешок. - Полтава : РВВПУЕТ, 2011. - 201 с.

Електронні ресурси

1. E-commerce.com.ua.
2. <http://ansmep.com.ua>.
3. <http://it.ridne.net/node/256>- Наукові дослідження торгівлі на eBay - Журнал «Інформаційні технології».
4. <http://office.ua/>- журнал ефективного керівника.
5. <http://tid.com.ua>.
6. <http://webo.com.ua>; <http://www.e-consulting.com.ua>- консалтингові бізнес-компанії.
7. <http://www.allshops.com.ua>(портал ІнетеСмагазипів).
8. http://www.allshops.com.ua/cgi-bin/c_cat.pl(каталог).
9. http://www.allshops.com.ua/cgi-bin/c_reg.pl(реєстрація магазину в Internet).
10. <http://www.allshops.com.ua/coop.htm>(інформація, як створити власний магазин).
11. <http://www.allshops.com.ua/reklama.htm>(інформація, як рекламувати свій товар).
12. <http://www.eeworld.com.ua>- Сборник тезисов конференции «Internet-коммерция-2010».
13. <http://www.ecworld.com.ua>- Украинский центр Internet-рекламы «Echo».
14. <http://www.google.com>- Пошукова система Google.
15. <http://www.i-m.kiev.ua>- Журнал «Маркетинг і реклама».
16. <http://www.imoney.com.ua>.
17. <http://www.portmone.com.ua>.
18. <http://www.privatbank.ua>- ПриватБанк.
19. <http://www.referat.lutsk.ua/view/94.html>- Міжнародна електронна комерція: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні.
20. <http://www.script-shop.com.ua>.
21. <http://www.ukrmoney.com.ua>.
22. <http://www.westembid.com>; <http://posrednik.at-first.info>- електронні посередники в e-commerce <http://www.x-trade.com.ua>.
23. vuzlib.net- <http://www.vuzlib.net/banki/index.htm>- Банки: сучасні інформаційні технології. Введение в HTML. - Экономика-правовая библиотека по вопросам Интернет-бизнеса и технологиям электронной коммерции.
24. Захист інформації - українське законодавство у сфері захисту інформації [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://library.detut.edu.ua/index.php/zahustinformacii>
25. www.dtk.com.ua.