

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ

Кафедра инженерной и компьютерной педагогики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Электронная коммерция»

Направление подготовки:	44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
Профиль подготовки:	Информатика и вычислительная техника
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	Академический бакалавр
Форма обучения:	очная, очно-заочная, заочная, в том числе с ускоренным сроком обучения

Донецк, 2020

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета дополнительного
и профессионального образования

Г.В. Марченко

«17» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Электронная коммерция» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от 20 апреля 2016 г. № 424;

Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.;

учебного плана и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (Профиль: Информатика и вычислительная техника), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

к.т.н., доцент кафедры ИКП

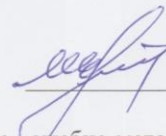


В.А. Яценко

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры инженерной и компьютерной педагогики

Протокол № 10 от «4» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой



М. Г. Коляда

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией факультета дополнительного и профессионального образования
Протокол № 10 от «16» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической
комиссии факультета



М. П. Загорный

1. Область применения и место дисциплины в учебном процессе:

Учебная дисциплина «Электронная коммерция» относится к циклу базовой части профессионального блока и состоит из одного модуля. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами – Информатика, Информационная безопасность

2. Структура дисциплины

Характеристика учебной дисциплины	очная форма обучения на базе		заочная форма обучения на базе	
	ОСО	СПО (ускор.)	ОСО	СПО (ускор.)
Образовательный уровень:	Бакалавр			
Направление подготовки	44.03.04 ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ			
Профиль	ИНФОРМАТИКА И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА			
Количество содержательных модулей (тем)	1 (6)			
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы ¹	Профессиональный блок, базовая			
Формы контроля	экзамен.			
Показатели	очная форма обучения на базе		*заочная форма обучения на базе	
	ОСО	*СПО (ускор.)	ОСО	СПО (ускор.)
Количество зачетных единиц (кредитов)	2	2	2	2
Количество часов	72	72	72	72
Год подготовки	3	2	3	2
Семестр	5	3	5	3
Количество часов				
- лекционных	18	18	2	2
- практических, семинарских	18	18	4	4
- лабораторных				
- самостоятельной работы	36	36	66	66
в т.ч. индивидуальное задание				
Недельное количество часов, т.ч.				
аудиторных	1	1		
самостоятельной работы студента	1	1		

3. Описание дисциплины

Цели и задачи

Цель дисциплины – дисциплины "Электронная коммерция" является изучение студентами проблематики электронной коммерции, ее основных технологий, привитие навыков практической работы с данными технологиями.

Задачи дисциплины:

- Исследовать современные типологии ЭК.

- Научить грамотному использованию технических и программных средств, применяемых в ЭК.
- Научить оценивать эффективность деятельности в сфере разработки проектов связанных с электронным бизнесом.

В результате изучения дисциплины "Электронная коммерция" студент должен:

знать:

- бизнес-модели электронной коммерции;
- основные особенности участников ЭК;
- государственные программы регулирования ЭК в России и за рубежом;
- схему электронных расчетов;
- модели страхования в Интернете;
- особенности применения электронно-цифровой подписи в России.

уметь:

- реализовывать проект электронной коммерции в Интернете;
- использовать современные технологии защиты информации;
- проводить маркетинговые исследования, используя средства Интернет;
- выполнять настройку конфигурации и отладки прикладных пакетов ЭК.

Требования к результатам освоения дисциплины: Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК):

готовностью к позитивному, доброжелательному стилю общения (ОК-8);

владением нормами педагогических отношений профессионально-педагогической деятельности при проектировании и осуществлении образовательного процесса, направленного на подготовку рабочих (специалистов) (ОК-9);

владением системой психологических средств (методов, форм, техник и технологий) организации коммуникативного взаимодействия, анализа и оценки психологического состояния другого человека или группы, позитивного воздействия на личность, прогнозирования ее реакции, способностью управлять своим психологическим состоянием в условиях общения (ОК-11);

б) общепрофессиональных (ОПК):

способностью организовывать и осуществлять учебно-воспитательную деятельность в соответствии с требованиями профессиональных и государственных образовательных стандартов (ОПК-3);

способностью организовывать профессионально-педагогическую деятельность на нормативно-правовой основе (ОПК-4);

способностью анализировать профессионально-педагогические ситуации (ОПК-5);

готовностью к использованию современных воспитательных технологий формирования у обучающихся духовных, нравственных ценностей и гражданственности (ОПК-6).

в) профессиональных (ПК) :

учебно-профессиональная деятельность:

способностью развивать профессионально важные и значимые качества личности будущего рабочего, служащих и специалистов среднего звена (ПК-2);

способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельности в соответствии с требованиями профессиональных и государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3);

способностью анализировать профессионально-педагогические ситуации (ПК-5);

готовностью к планированию мероприятий по социальной профилактике

обучаемых (ПК-7).

готовностью к использованию концепций и моделей образовательных систем в мировой и отечественной педагогической практике (ПК-10);

научно-исследовательская деятельность:

готовностью к участию в исследованиях проблем, возникающих в процессе подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-12);

готовностью к применению технологий формирования креативных способностей при подготовке рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-14).

образовательно-проектировочная деятельность:

готовностью к проектированию комплекса учебно-профессиональных целей, задач (ПК-19);

готовностью к проектированию форм, методов и средств контроля результатов подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-23);

способностью организовывать учебно-производственный (профессиональный) процесс через производительный труд (ПК-24);

4. Содержание дисциплины и формы организации учебного процесса

Курс дисциплины «Электронная коммерция» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и самостоятельную работу студента.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций для обсуждения материала широко используются мультимедийные презентации, а так же раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение, блочно-модульное обучение.

Использование в учебном процессе интернет-ресурсов по данному курсу; рассмотрение задач, максимально приближенных к конкретным научно-исследовательским ситуациям, которые исторически приходилось решать для построения моделей соответствующих космических объектов, с элементами дискуссии и полемикой в процессе поиска путей решения сформулированных проблем; тесты и контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает выполнение заданий, подготовку к семинарским занятиям, изучение учебной и методической литературы, составление конспектов, аннотаций статей, защита презентаций и докладов, анализ материала.

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 1</i>	
Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции	Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные влиянием электронной коммерции. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции.
Тема 2. Государство и Электронная коммерция.	Регулирование электронной коммерции. Проблемы нормативной базы и правовая практика электронной коммерции. Рекомендации международных организаций в сфере электронной коммерции.
Тема 3. Системы электронной коммерции в различных секторах	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B). Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C). Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B).
Тема 4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах.	Электронная коммерция в США, странах Европы, Ближнего востока, Китая, Великобритании: особенности нормативно-правового регулирования и развития.
Тема 5. Электронная	Особенности развития. Влияние зарубежного опыта. Нормы-

<i>коммерция в России.</i>	тивно-правовое обеспечение электронной коммерции в России: действительность и проекты.
Тема 6. Электронно-цифровая подпись.	Закон об ЭЦП в России: особенности принятия и применения. Удостоверяющие центры. Федеральное регулирование использования.

Тематический план

	Содержательный модуль 1																						
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов																						
	Очная форма обучения												Заочная форма обучения										
	Нормативный срок обучения						Ускоренный срок обучения						Нормативный срок обучения						Ускоренный срок обучения				
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.					всего	в т.ч.					всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции	12	4	4	-	4	-	12	4	4	-	4	-	12	2			10	-	12	2			10
Тема 2. Государство и Электронная коммерция.	12	2	2	-	8	-	12	2	2	-	8	-	12				12	-	12				12
Тема 3. Системы электронной коммерции в различных секторах	12	4	4	-	4	-	12	4	4	-	4	-	12		2		10	-	12		2		10
Тема 4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах.	12	2	2	-	8		12	2	2	-	8		12		2		10	-	12		2		10
Тема 5. Электронная коммерция в России.	12	4	4	-	4		12	4	4	-	4		12				12	-	12				12
Тема 6. Электронно-цифровая подпись.	12	2	2	-	8		12	2	2	-	8		12				12	-	12				12
Итого по содержательному модулю	72	18	18	-	36		72	18	18	-	36		72	2	4		66	-	72	2	4		66
Всего по дисциплине	72	18	18	-	36		72	18	18	-	36		72	2	4		66	-	72	2	4		66

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/ п	Название темы	Количество часов	
		очная	заочная
1	Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции	4	2
2	Тема 2. Государство и Электронная коммерция.	2	
3	Тема 3. Системы электронной коммерции в различных секторах	4	
4	Тема 4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах.	2	
5	Тема 5. Электронная коммерция в России.	4	
6	Тема 6. Электронно-цифровая подпись.	2	
	Итого:	18	2

Темы практических занятий

№ п/ п	Название темы	Количество часов	
		очная	заочная
1	Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции	4	
2	Тема 2. Государство и Электронная коммерция.	2	
3	Тема 3. Системы электронной коммерции в различных секторах	4	2
4	Тема 4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах.	2	2
5	Тема 5. Электронная коммерция в России.	4	
6	Тема 6. Электронно-цифровая подпись.	2	
	Итого:	18	4

ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная	заочная
1	Понятие и сущность электронной коммерции	4	10
2	Государство и Электронная коммерция.	8	12
3	Системы электронной коммерции в различных секторах	4	10
4	Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах.	8	10
5	Электронная коммерция в России.	4	12
6	Электронно-цифровая подпись.	8	12
	Итого:	36	66

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальная работа студентов не предусмотрена учебным планом.

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие электронной коммерции.
2. История электронной коммерции.
3. Структура рынка электронной коммерции.
4. АСУ ресурсами предприятия.
5. MRP-системы.
6. MRP II-системы.
7. ERP-системы.
8. CSRP-системы.
9. Стандарты и протоколы электронной коммерции OBI, OFX.
10. Стандарты и протоколы электронной коммерции IOTP.
11. Веб-службы. Технологии использования виртуальных агентов.
12. Реестр UDDI. Язык WSDL.
13. Аутентификация контрагентов в электронной коммерции.
14. Технологии ЭЦП.
15. Правовое обеспечение электронной коммерции.
16. Этика электронной коммерции.
17. SCM-системы.
18. CRM-системы.
19. Отраслевые торговые площадки.
20. Корпоративные представительства в Интернете.
21. Виртуальные предприятия.

22. Интернет-инкубаторы.
23. Мобильная коммерция.
24. Торговые ряды и интернет-витрины.

Образец экзаменационного билета

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет дополнительного и профессионального образования
Кафедра инженерной и компьютерной педагогики

Направление подготовки:	44.03.04 Профессиональное обучение
Профиль:	Информатика и вычислительная техника
Программа подготовки:	бакалавриат
Семестр	5
Учебная дисциплина	Электронная коммерция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Понятие электронной коммерции
2. Правовое обеспечение электронной коммерции.

Утверждено на заседании кафедры инженерной и компьютерной педагогики,
протокол № ___ от “___” _____ 20__ г.

Зав. кафедрой

М.Г. Коляда

Преподаватель

В.А. Яценко

Образец ответа.
Вопрос №1

Электронная коммерция – это деятельность компании, направленная на получение прибыли, которая основывается на цифровых технологиях и тех преимуществах, которые они представляют.

Электронная коммерция – это организация коммерческой деятельности посредством Интернет технологий и с использованием сети Интернет, по осуществлению операций с использованием электронных средств обмена данными.

Электронная коммерция – это виртуальная экономическая среда в которой осуществляется электронно-экономическая деятельность с использованием интерактивных возможностей.

Объектами электронной коммерции являются различные товары, услуги и информация.

Электронная коммерция строится на трех основных технологиях:

возможность поставщику разместить в сети Интернет информацию о своих товарах или услугах и принимать заказы на них электронным путем;

возможность покупателю получить доступ к электронным каталогам компаний-поставщиков и заказывать товары или услуги онлайн;

система электронных платежей.

На развитие электронной коммерции воздействуют некоторые определяющие её развитие показатели.

Прежде всего, это рост эффективности производства в сферах, связанных с новыми технологиями. Это привело к тому, что произошло падение цен на компьютеры, что позволило обычным пользователям приобретать их в домашнее хозяйство. Это, в свою очередь, позволило им делать покупки, не выходя из дома с помощью Интернет сетей.

Второй важный фактор — это появление и распространение альтернативных вариантов доступа в сеть без использования модема. Но существует фактор который сдерживает быстрое распространение электронной коммерции — это маленькая пропускная способность сети Интернет.

Но над решением данной проблемой уже трудятся многие страны, и лидирующее место среди всех занимает США. По прогнозам уже в 2005 г. в США 65% населения будет иметь доступ в Интернет через широкополосные сети², что позволит ускорить развитие электронной коммерции. Несмотря на минимальные издержки копирования и пользования информационными ресурсами, сама инфраструктура сетей требует значительных финансовых затрат, и для России очень важно правильно осуществлять свою инвестиционную политику в ближайшей перспективе. Но также электронная коммерция включает в себя деятельность провайдеров Интернет-услуг и деятельность всех прочих экономических субъектов, которые, используя каналы Интернета, организуют свою коммерческую деятельность.

Провайдер Интернет-услуг — это коммерческая фирма, которая обеспечивает доступ в Интернет, поддерживает его за определенное вознаграждение и оказывает некоторые сопутствующие услуги по требованию клиентов.

При коммерческом использовании возможностей Сети различными экономическими субъектами, в структуре электронной коммерции, как правило, выделяют несколько звеньев:

- реклама и представление товара;
- осуществление операций купли-продажи через каналы Сети;
- послепродажные услуги клиентам;
- построение отношений с клиентами.

Вопрос №2

Правовое обеспечение электронной коммерческой деятельности определено спецификой электронной среды телекоммуникаций. Один из главных моментов этой специфики заключается в том, что скорость изменения технологий заключения сделки значительно опережает скорость отражения этих технологий в действующем законодательстве. Есть три подхода к решению этой проблемы, которые не исключают, а дополняют друг друга [41].

Первый подход — это перенос на сделки, заключаемые с использованием новых технологий, норм действующего законодательства по аналогии. При этом используются нормы, применяемые к сделкам, наиболее похожим по свойствам на “новые” сделки. Примером может служить распространение некоторых норм, регулирующих сделки “MoTo” (“Mail order, Telephone order” — сделки, осуществленные посредством почтового или телефонного заказа), на электронную коммерцию.

Второй подход заключается в том, что может быть использовано регулирование сделок с помощью обычаев делового оборота, широко применяемое в подавляющем большинстве развитых стран. Именно таким способом оформлен в настоящее время основной принцип правового регулирования электронной коммерции: стороны, заключившие сделку, не вправе ставить ее под сомнение только на том основании, что она заключена в электронной форме.

Третий подход к решению проблемы регулирования сделок, использующих новые технологии, состоит в как можно более широком применении договоров, т. е. в детальном согласовании сторонами того, что они считают нормой для данной сделки.

Для сделок, заключаемых в пределах юрисдикции одного государства, эти подходы при разумном применении могут представлять удовлетворительный способ решения проблемы их правового обеспечения. Но одно из основных свойств электронной коммерции, вытекающее из факта использования Интернета в качестве среды для заключения сделки, — это глобализация сделок. В этом случае ни один из грех вышеописанных подходов не может быть вполне эффективен, так как нет гарантии единообразного понимания прав, обязанностей и ответственности всеми сторонами сделки, если они находятся под юрисдикцией разных государств, особенно если в этих государствах используются разные правовые системы (например, континентальная и англосаксонская).

Особую проблему представляет то, что в каждой сделке в рамках электронной коммерции участвуют помимо традиционных сторон третьи лица. Их роль — предоставление сторонам той самой среды, в которой и осуществляется сделка. Без этих третьих лиц электронной коммерции не существует, и поэтому регулирование их прав, обязанностей и ответственности необходимо для обеспечения правового регулирования электронной коммерции в целом. Очевидно, что регулировать их действия традиционными способами невозможно (например, по аналогии с регулированием обычных сделок) или крайне затруднительно (если использовать обычаи делового оборота, так как новизна сделок и необычность роли этих третьих лиц не позволяют говорить о наличии устоявшихся обычаев). Не безграничны и возможности регулирования деятельности третьих лиц путем заключения договоров, так как цепочка этих третьих лиц между сторонами сделки может быть довольно длинной, а в ряде случаев ее состав априори непредсказуем, следовательно, невозможно заранее знать, все ли существенные для данной сделки случаи предусмотрены во всех договорах между всеми звеньями этой цепочки.

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	20
2	20
<i>Всего</i>	<i>40</i>

10. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

(программой не предусмотрены)

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

По курсу предполагается проведение промежуточной аттестации в виде выполнения самостоятельной работы и экзамена.

***Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины***

Организационно-учебная работа студента	СРС		Всего
	Экзамен	Индивидуальная творческая работа	
max 50 баллов	max 40 баллов	max 10 баллов	100 баллов
		разработка доклада на студенческую научную конференцию	

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной плакатами, стендами, наглядными пособиями, мультимедийной техникой, Wi-Fi доступом к сети Интернет в корпусах университета и доской. Текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета.

Практические занятия проводятся в аудитории, оснащенной плакатами, стендами, наглядными пособиями, мультимедийной техникой, или в компьютерном классе, оборудованном компьютерами с лицензионным программным обеспечением, доступом к сети Интернет, столами, доской.

13. Рекомендованная литература

Основная литература:

1 Алексунин В Электронная Коммерция и маркетинг в Интернете / В Алексунин, В Родигин - М: Дашков и Ко, 2005 - 216 с

- 2 Ананьев О М Направления развития современного электронного бизнеса / Ананьев О М // Торговля, коммерция, предпринимательство - 2003 - Вып 6
- 3 Апоп В В Интернет-торговля: проблемы и перспективы развития / Апоп В В // Региональная экономика - 2003 - № 1 - С 25
- 4 Афанасьев М Электронная Коммерция / Афанасьев М, мясные-кова Л // РИСК - 2006 - № 3 - С 52-59
- 5 Бабенко Л К Новые технологии электронного бизнеса и безопасности / л К Бабенко, В АБыков, О Б Макаревич, О Б Спиридонов - М: Радио и связь - 2001 - 376 с
- 6 Бойкое В Д Интернет: от e-mail до www в примерах / Байков В Д - СПб: виц - Санкт-Петербург, 1996
- 7 Балабанов И П Интерактивный бизнес / Балабанов И П - СПб: Питер, 2001 - 128 с
- Дополнительная литература:
1. Балабанов И П Электронная Коммерция / Балабанов И П - СПб: Питер, 2001 - 336 с - (серия "Учебники для вузов\")
 2. Барицька Л Включение Украины в интеграционные процессы международной электронной торговли / Барицкая Л // Экономист - 2002 - № 9 - С 27
 3. Благодетелева-волк С Благодетелев С баннерные системы Уанете: критерии выбора для проведения рекламной кампании / Благодетелева-волк С, Благодетелев С // Маркетинг и реклама - 2002 - № 3 - С 40-43
 4. Брыжко М Н Е-будущее и информационное право / Брыжко М И, Цымбалюк В С, Орехов А А, Гальченко О И - К: Интеграл, 2002 - 264 с
 5. Бруннер М Принципы электронного бизнеса / Бруннер М - М: Мир электронной коммерции, 2000 - 453 с