


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

«30» серпня 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Електронна комерція»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за ОПП
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(на основі повної загальної середньої освіти)
факультет економіки та бізнесу

2021 – 2022 навч. рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за ОПП Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. – Мелітополь, ТДАТУ. 2021. – 16 с.

Розробник: Лисак О.І., к.е.н., доцент

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Протокол № 1 від «30» серпня 2021 року

Завідувач кафедри підприємництва,

торгівлі та біржової діяльності

к.е.н., доцент _____  Лариса БОЛТЯНСЬКА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (на основі повної загальної середньої освіти).

Протокол №1 від 2 вересня 2021 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 5	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (шифр і назва)	обов'язкова	
Загальна кількість годин –150 годин	Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		2	4-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 5 год. самостійна робота студента –6,61 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	26 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	38 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	86 год.
		Форма контролю: екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передмова

Останнім часом світ переживає черговий бум - перерозподіл акцентів з комунікаційної та інформаційно-пошукової функції глобальної комп'ютерної мережі Інтернет на ведення за її допомогою сучасного бізнесу. Комунікаційні технології змінюють саму сутність бізнес-моделей, базових процесів створення продуктів і послуг виробниками та надання їх кінцевим споживачам. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції охоплюють різну ділову активність, що використовує можливості глобальної інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірми, щоб створити прибуток.

Розвиваючись, електронна комерція в Україні спонукає до вдосконалення різних навчальних програм та планів професійних навчальних закладів, зокрема введення навчального курсу «Електронна комерція» як навчальної дисципліни.

Метою викладання дисципліни «Електронна комерція» є формування системи теоретичних і практичних знань, навичок з електронного бізнесу, які дадуть можливість студентам професійно здійснювати свою діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі.

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.

Освітня компонента забезпечує набуття здобувачами ВО:

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість

Фахові компетентності

ФК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ФК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ФК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

ФК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ФК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

Програмні результати навчання

РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 5. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

РН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

РН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

РН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

РН 22. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

Soft skills:

- **комунікативні навички:** письмове, вербальне й невербальне спілкування; - уміння спілкуватися по e-mail; вести суперечки і відстоювати свою позицію, спілкування в конфліктній ситуації; навички створення, керування й побудови відносин у команді.

- **уміння виступати привселюдно:** навички, необхідні для виступів на публіці; проводити презентації.

- **керування часом** - уміння справлятися із завданнями вчасно.

- **гнучкість і адаптивність:** гнучкість, адаптивність і здатність мінятися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблем.

- **лідерські якості:** уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння встановлювати мету, планувати.

- **особисті якості:** креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до навколишніх.

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]

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, 10,12]

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

Тема 3. Види електронного бізнесу. Електронна комерція як складова електронного бізнесу [8, 9,11,13]

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 4. Системи електронної комерції у корпоративному секторі В2В [1, 6, 10, 12,14]

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 5. Системи електронної комерції B2C Business-to-consumer. Системи електронної комерції G2C та G2B [2, 4, 6, 8, 11]

Загальна робота системи B2C. Класифікація систем ЕК типу B2C. 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. Відкриття магазину. Обробка замовлення. Керування магазином. Забезпечення Internet магазину. Оплата і доставка товарів. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину. Якість обслуговування у Internet магазинах.

Тема 6. Електронні платіжні системи [2, 5, 8, 10,13]

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.

Змістовий модуль 2. Засоби та умови торгівлі через Інтернет мережу

Тема 7. Internet-трейдинг [1, 9, 10, 11,13]

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

Тема 8. Internet-маркетинг[1, 9, 10, 11,14]

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 9. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація [3, 9, 10]

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

Тема 10. Internet-реклама [3, 9, 10, 12,14]

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 сайта в Web-каталогах і індексація сайта 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 11. Ефективність електронної комерції [6, 8, 9,10,11]

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.

Тема 12. Електронні публічні закупівлі. [5, 7, 9,10,12]

Види та процедури закупівель. Особливості процесу електронних закупівель. ProZorro – частина життєвого циклу закупівель. Архітектура ProZorro. Переваги використання електронної системи закупівель.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість					балів
			годин					
			лк	лаб	пр.	СРС		
Змістовий модуль I. «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	-			5	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	-			5	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	-			5	1	
4	Лекція 4	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	2		-			
	Практичне заняття 5-6	Системи електронної комерції у корпоративному секторі B2B	-		4		2	
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-		-	5	1	
5	Лекція 5	Системи електронної комерції B2C. Системи електронної комерції G2C та G2B	2					
	Практичне заняття 7	Системи електронної комерції B2C. Системи електронної комерції G2C та G2B	-		2		2	
	Самостійна робота 5	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			5	2	
6	Лекція 6	Електронні платіжні системи	2					
	Практичне заняття 8-9	Електронні платіжні системи	-		4		3	
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			5	2	
7	Лекція 7	Internet-трейдинг	2					
	Практичне заняття 10	Internet-трейдинг			2		2	
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на НПП				5	2	
8-9	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I				11		
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I	-				10	
Всього за змістовий модуль I – 80 год.			14	0	20	46	35	

Змістовий модуль 2. «Засоби та умови просування торгівлі через Інтернет мережу»							
10	Лекція 8	Internet-маркетинг	2				
	Практичне заняття 11-12	Internet-маркетинг			4		2
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на НПП				5	2
11	Лекція 9	Internet-маркетинг	2	-	-	-	-
	Практичне заняття 13	Internet-маркетинг	-	-	2		3
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			5	1
12	Лекція 10	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	2				
	Практичне заняття 14-15	Пошукова оптимізація. SEO оптимізація	-		4		3
	Самостійна робота 10	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			5	1
13	Лекція 11	Internet-реклама	2				
	Практичне заняття 16	Internet-реклама	-		2		3
	Самостійна робота 11	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			5	2
14	Лекція 12	Показники вимірювання ефективності в електронній торгівлі	2		-		
	Практичне заняття 17-18	Показники вимірювання ефективності в електронній торгівлі	-		4		2
	Самостійна робота 12	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-		-	5	2
15	Лекція 13	Електронні публічні закупівлі	2				
	Практичне заняття 19	Електронні публічні закупівлі	-		2		2
	Самостійна робота 13	Виконання практичних завдань, робота на НПП	-			5	2
16-17	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				10	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II	-				10
Всього за змістовий модуль 2 – 70 год.			12	0	18	40	35
Екзамен							30
Всього з навчальної дисципліни – 150 год.			26	0	38	86	100

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

1. Поняття електронного бізнесу та електронної комерції.
2. Різниця між електронним і традиційним бізнесом.
3. Переваги електронного бізнесу.
4. Причини переходу в кіберпростір.
5. Види електронної комерції.
6. Переваги та характерні риси електронної комерції.
7. Нова (віртуальна) економіка в сучасному інформаційному суспільстві.
8. Ознаки нової економіки та наслідки її розвитку.
9. Місце електронного бізнесу в системі світового господарства.
10. Історія розвитку електронної комерції.
11. Історія Інтернету.
12. Інтернет: мережі, завдання, учасники.
13. Інтернет: юридичні проблеми.
14. Електронний ринок.
15. Протокол передачі файлу (РТР), доменні імена, посилання.
16. Характеристика служб Інтернету та їх використання в електронному бізнесі.
17. Комунікаційні характеристики Інтернету.
18. Перспективи розвитку мережі.
19. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.
20. Моделі електронної комерції.
21. Система ЕК типу В2В.
22. Головні елементи системи електронної комерції В2В.
23. Класифікація систем ЕК типу В2В.
24. Моделі систем В2В.
25. Електронний майданчик.
26. Послуги електронних майданчиків.
27. Інтернет-аукціон.
28. Класифікація Інтернет-аукціонів.
29. Огляд Internet-аукціони.
30. Internet площадки та їх види.
31. Бізнес моделі та структура Internet площадок.
32. Розвиток торгових Internet площадок.
33. Загальна робота системи В2С.
34. Класифікація систем ЕК типу В2С. Електронний ряд.
35. Інтернет-вітрина.

36. Інтернет-магазин.
37. Структура та процес створення Інтернет-магазину.
38. Відмінні риси Інтернет-вітрини та Інтернет-магазину.
39. Класифікація відвідувачів інтернет-магазинів.
40. Схема взаємодії покупця з віртуальним магазином.
41. Internet-магазин як сайт - що він повинен вміти.
42. Вибір оптимального варіанту реалізації Internet магазину.
43. Якість обслуговування у Internet магазинах.
44. Поняття платіжної системи в Інтернеті.
45. Дотримання конфіденційності. Аутентифікація. Способи оплати. Авторизація.
46. Класифікація платіжних систем.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Принципи функціонування Інтернет-трейдингу.
2. Дейтрейдинг.
3. Ринок Forex.
4. Типи рахунків при роботі на електронній біржі.
5. Інструменти для роботи на ринку Forex.
6. Особливості сучасного Internet-маркетингу.
7. Сайтопромоутінг.
8. Закони Інтернет-маркетингу.
9. Методи Інтернет-маркетингу.
10. Інтернет-реклама. Таргетинг.
11. Пошукова реклама.
12. Медіапланування.
13. Формування цін на товари і послуги в мережі Internet.
14. Пошукова оптимізація.
15. Критерії оцінки рейтингу сайту в базах пошукових систем.
16. Зона видимості.
17. Методи пошукової оптимізації.
18. Індекс цитування.
19. Спамдексинг.
20. Основні принципи та засоби реклами в Інтернеті.
21. Цінові моделі розміщення реклами.
22. Банерна реклама. Методи банерної реклами.
23. Критерії вибору рекламних площадок.
24. Реєстрація сайту в Web-каталогах і індексація сайту пошуковими

системами.

- 25.Реклама з використанням електронної пошти (opt-outі opt-in) і списків розсилання і дискусійних аркушів.
- 26.Спам.
- 27.Вірусний маркетинг.
- 28.Реклама з використанням дошок оголошень.
- 29.Партнерські програми.
- 30.Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів.
- 31.Основні напрямки оцінки ефективності електронної комерції.
- 32.Економічні показники ефективності електронної комерції. Основні маркетингові показники.
- 33.Структура загальних витрат Інтернет-проекту.
- 34.Види та процедури закупівель.
- 35.Особливості процесу електронних закупівель.
- 36.ProZorro – частина життєвого циклу закупівель.
- 37.Архітектура ProZorro.
- 38.Переваги використання електронної системи закупівель.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Андрєєва Л.О, Болтянська Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с.
2. Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О., Лисак О.І. Практикум з економіки підприємства: електр. навч. посіб. – 2018. – 244 с.
3. 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)
4. Болтянська Л.О. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська / ADVANCES OF SCIENCE. Proceedings of articles of the international scientific conference Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 28 September 2018. – С. 1357-1366.
5. Борейко 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-
6. 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.
7. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник / Грехов А. М. — К.: Кондор, 2008. — 302 с.
8. Грицаєнко М.І. Довіра як передумова розвитку підприємницької діяльності / М.І. Грицаєнко // Бізнес Інформ. – 2016. – №12. – 143-148
9. Електронна комерція : Навч. посібник / А.М.Береза, І.А.Козак, Ф. А. Левченко та ін. - К.: КНЕУ, 2002.- 326 с.
10. 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.
11. Інноваційні методи інтернет-торгівлі / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, В.М. Тебенко// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2020. – № 2 (39) . – С. 103-111.
12. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 184 с.
13. Плєскач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: Підручник - К.: Знання, 2007, 535 с.
14. Шалева О.І. Електронна комерція : Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216. с.

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. Радник у сфері публічних закупівель <https://radnuk.com.ua/>