ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Кафедра инженерной и компьютационной педагогики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по научно-методической
и учебной работе
_____ Е.И. Скафа
«21» декабря 2016 г.
МП

Рабочая программа учебной дисциплины

«Электронная коммерция»

(наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направления подготовки:	**44.03.04 Профессиональное обучение**
Профиль подготовки:	**Экономика и управление**
Образовательный уровень выпускника:	**бакалавр**
Форма обучения:	**очная**

Донецк 2016

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета дополнительного и

профессионального образования

_____ Г.К. Шурко

«20» декабря 2016 г.

мп

Программа учебной дисциплины **«Электронная коммерция»** составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки (специальности) 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям): (Профиль: Экономика и управление), утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от «20» апреля 2016 г. №424, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от 08 августа 2016 г. №1458 «Положения об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утверждённого приказом Министерства образования и науки ДНР «30» октября 2015 г. №750 (с изменениями и дополнениями), учебных планов по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям): (Профиль: Экономика и управление), (форма обучения: очная), утвержденных Ученым Советом Университета от 04.10.2016 г., протокол № 8.

Разработчики:
Доцент кафедры ИКП _____ В.А. Яценко
(должность, степень, звание, кафедра)

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры инженерной и компьютационной педагогики
Протокол № 4 от «20» декабря 2016 г.

Заведующий кафедрой ИКП _____ М.Г. Коляда

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией Факультета дополнительного и профессионального образования
Протокол № 4 от «20» декабря 2016 г.

Председатель учебно-методической
комиссии факультета _____ В.А. Яценко

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.

1. Нормативные ссылки

2. Структура дисциплины

Характеристика учебной дисциплины	очная форма обучения на базе		*заочная форма обучения на базе*		
	ОСО	*СПО (ускор.)*	ОСО	*СПО (ускор.)*	*ВПО (ускор.)*
Образовательный уровень:	Бакалавр				
Направление подготовки	44.03.04 ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ				
Профиль	ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ				
Количество содержательных модулей (тем)	1 (6)				
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы [1]	**Профессиональный блок**, базовая				
Формы контроля	Текущий контроль выполнения практических заданий, итоговый контроль – экзамен.				
Показатели	очная форма обучения на базе		**заочная форма обучения на базе*		
	ОСО	**СПО (ускор.)*	*ОСО*	*СПО (ускор.)*	*ВПО (ускор.)*
Количество зачетных единиц (кредитов)	2,5				
Количество часов	90				
Год подготовки	3				
Семестр	5				
Количество часов					
- лекционных	36				
- практических, семинарских	18				
- лабораторных					
- самостоятельной работы	34				
в т.ч. индивидуальное задание					
Недельное количество часов, т.ч.					
аудиторных	3				
самостоятельной работы студента	2				

ОСО – общее среднее образование
СПО – среднее профессиональное образование
ВПО – высшее профессиональное образование
1-в соответствии с ОП (образовательной программой)

3. Описание дисциплины

Цели и задачи

Цель дисциплины – дисциплины "Электронная коммерция" является изучение студентами проблематики электронной коммерции, ее основных технологий, при-витие 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**
	Содержательный модуль 1
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 появлением 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 электрон-ной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B).
Тема 4. Особенности регулирования электронной ком-мерции в различных странах.	Электронная коммерция в США, странах Европы, Ближнего востока, Китая, Великобритании: особенности нормативно-правового регулирования и развития.

Тема 5. Электронная коммерция в России.	Особенности развития. Влияние зарубежного опыта. Нормативно-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 (*заполняется согласно учебному плану)*

Содержательный модуль 1												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма						Заочная форма					
	всего	в т. ч.					всего	в т.ч.				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции	15	8		4	3	-						
Тема 2. Государство и Электронная коммерция.	15	4		2	6	-						
Тема 3. Системы электронной коммерции в различных секторах	15	8		2	5	-						
Содержательный модуль 2												
Тема 4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах.	15	4		4	7	-						
Тема 5. Электронная коммерция в России.	15	8		4	3	-						
Тема 6. Электронно-цифровая подпись.	15	4		2	9	-						
Итого по содержательному модулю 1	90	36		18	34	-						

(п.п. 6 – 10 *являются необязательной формой и носят рекомендательный характер)*

6. Темы семинарских занятий

7. Темы практических занятий

8. Темы лабораторных занятий

9. Самостоятельная работа

10.Индивидуальные задания

11. Контрольные вопросы к модульному контролю

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 билета для модульного контроля

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

Образец ответа.
Вопрос №1

Электронная коммерция – это деятельность компании, направленная на получение прибыли, которая основывается на цифровых технология 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 использование интерактивных возможностей.

Объектами электронной коммерции является различные товары, услуги и информация.

Электронный 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 Интеренет-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 лип 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.

12. 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.
25. Интернет-магазины.
26. Туристические компании в Интернете, Интернет-страхование.
27. Интернет-трейдинг.
28. Телеработа.
29. Интернет-аукционы.
30. Системы Peer-to-Peer.
31. Биллинговые системы.
32. Электронное правительство.
33. Системы предоставления налоговой отчѐ тности через Интернет.
34. Электронные системы государственных закупок.
35. Понятие, методы и способы защиты от киберпреступности.
36. Мошенничество в Интернете.
37. Кардинг. Скиминг. Уивинг. Способы защиты.
38. Перспективы электронной коммерции.
39. ГИС и GPS-технологии.
40. Технологии радиочастотной идентификации (RFID).
41. Понятие и структура интернет-маркетинга
42. Основные термины и понятия интернет-маркетинга.
43. Понятие и структура интернет-рекламы
44. Виды электронных платежных ситем
45. Пластиковые карты
46. Электронные чеки
47. Электронные деньги
48. Интернет-банкинг

13.Образец билета

3. Понятие электронной коммерции
4. Аутентификация контрагентов в электронной коммерции
5. Торговые ряды и интернет-витрины.

.

14. Критерии оценивания

Оценка знаний студентов проводится по 100-балльной шкале согласно следующим критериям:

Зачетные модули	Форма контроля	Баллы
Содержательный модуль 1	Теория	10
	Блок заданий	20
	Контрольная робота	20
Зачет		50
Общий итог		**100**

Шкала оценивания:

Сумма баллов по 100 балльной шкале	По шкале ECTS	По государственной шкале	Определение
90–100	A	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80–89	B	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
75–79	C		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
65–70	D	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60–64	E		достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35–59	FX	«Неудовлетворительно» с возможностью повторной аттестации (2)	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи.
0-34	FX	«Неудовлетворительно» с возможностью повторной аттестации (2)	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи.(при условии набора дополнительных баллов)

Знание теоретической части курса оценивается с точностью до 5 баллов по следующим критериям:

1. Студент получает 76-100% баллов от максимального, если показал глубокие и полные ответы на теоретические вопросы; умение проводить логические рассуждения и обобщения и сопровождать их соответствующими доказательствами;

2. Студент получает 51-75% баллов от максимального, если показал глубокие и полные ответы на теоретические вопросы с незначительными погрешностями, затем исправленными самим студентом; умение логически рассуждать и проводить доказательства;

3. Студент получает 26-50% баллов от максимального, если показал

при ответе на теоретические вопросы ряд неточностей, которые студент не в состоянии самостоятельно исправить;

4. Студент получает 0-25% баллов от максимального, если

не выполнены требования, изложенные в предыдущих пунктах.

Экзамен оценивается в 50 баллов.

Для оценки экзамена преподаватель руководствуется следующими принципами:

50 баллов - показаны систематические и глубокие знания при ответе на теоретические вопросы билета, выполнена практическая часть билета в полном объеме;

40 баллов - показаны систематические и глубокие знания при ответе на теоретические вопросы билета, выполнена практическая часть билета в полном объеме, но при ответе допущены несущественные ошибки;

30 баллов – показаны не систематические и не глубокие знания при ответе на теоретические вопросы билета, практическая часть билета выполнена не в полном объеме, при ответе допущено несколько существенных ошибок;

билета, практическая часть билета не выполнена, при ответе допущено много существенных ошибок;

-простые вопросы по знанию основных определений и формул, воспроизведены отдельные фрагменты материала с помощью экзаменатора.

0 - полное незнание материала.

15. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Компьютерный класс.

16. 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. Барицъка 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

Рабочая программа переутверждена на заседании кафедры протокол № 1 от 28.08.2017г.

Зав. кафедрой М. Г. Комеда