

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування
Кафедра менеджменту

06-08-214М

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

для самостійної роботи та виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Електронний бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент» денної і заочної форм навчання

Рекомендовано науково–
методичною радою з
якості ННІЕМ
Протокол № 5
від 31.01.2022 р.

Рівне – 2022

Методичні рекомендації для самостійної роботи і виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Електронний бізнес» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент» денної і заочної форм навчання [Електронне видання] / Щербакова А. С. – Рівне : НУВГП, 2022. – 17 с.

Укладач: Щербакова А. С., к.е.н. доцент кафедри менеджменту.

Схвалено на засіданні кафедри менеджменту.
Протокол № 7 від «09» грудня 2021 р.

Відповідальний за випуск: Кожушко Л. Ф., д.т.н., професор,
завідувач кафедри менеджменту.

Керівник групи забезпечення
спеціальності 073 «Менеджмент»

Щербакова А. С.

ЗМІСТ

1. Загальні положення	4
2. Тематичний зміст дисципліни	5
3. Тематика практичних завдань	7
Практичне заняття 1. Стан та тенденції розвитку діджиталізації в Україні та світі	7
Практичне заняття 2. Особливості електронного бізнесу за типом взаємодії	8
Практичне заняття 3. Основні технології та системи електронної комерції	9
Практичне заняття 4. Платіжні системи в мережі Інтернет....	10
Практичне заняття 5. Основи та особливості інтернет- маркетингу	10
Практичне заняття 6. Особливості просування в мережі Інтернет	11
Практичне заняття 7. Ефективність роботи в електронному бізнесі	12
4. Тематика самостійної роботи	13
5. Критерії оцінювання	15
6. Список рекомендованої літератури	16

1. Загальні положення

Метою навчальної дисципліни «Електронний бізнес» є формування теоретичних знань та базових практичних вмінь щодо організації, ведення та оцінювання ефективності підприємницької діяльності в мережі Інтернет.

Після вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен демонструвати результати навчання через знання, уміння та навички:

- знати сутність та особливості поняття «електронний бізнес»;
- знати особливості використання електронних платіжних систем;
- знати механізми просування бізнесу, товарів/послуг, ідей в глобальній мережі;
- вміти управляти процесами купівлі-продажу товарів/послуг використовуючи технології Інтернет;
- вміти організовувати бізнес в мережі Інтернет;
- вміти здійснювати ділові операції електронними засобами мережі Інтернет;
- вміти проводити аналіз ефективності електронного бізнесу та його нормативно-правового забезпечення;
- ефективності комерційної діяльності мережі Інтернет з використанням сучасних інформаційних технологій;
- вміти проводити оцінку ефективності маркетингу та реклами з використанням новітніх комп'ютерних технологій у мережі Інтернет;
- вміти організовувати комерційну діяльність бізнес-структур у глобальному інформаційному середовищі, що дасть можливість професійно здійснювати управлінську діяльність тощо.

Основними **завданнями** навчальної дисципліни є формування у студентів системи **компетентностей**, що відповідають освітньо-професійній програмі «Менеджмент» першого (бакалаврського) рівня, а саме:

- ЗК 4.* Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК 8.* Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ФК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту

ФК 16. Здатність управляти діяльністю бізнес-структур, в тому числі в мережі Інтернет, використовуючи інновації та сучасні інформаційні технології

Вивчення дисципліни «Електронний бізнес» дасть можливість отримати здобувачами вищої освіти наступні **результати навчання:**

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень

ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 18. Демонструвати навички управління діяльністю бізнес-структур, в тому числі в мережі Інтернет, використовуючи інновації та сучасні інформаційні технології.

Викладання навчальної дисципліни передбачає поєднання традиційних форм аудиторного навчання з елементами онлайн-навчання, що доповнює та підтримує навчальне середовище. Так, дисципліна передбачає використання активних методів навчання: дискусій, обговорень, методу конкретних ситуацій (case study), онлайн консультування, мозковий штурм, роботу в мікрогрупах, колаборативне навчання, метод узагальнення та конкретизації тощо.

2. Тематичний зміст дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронного бізнесу

Тема 1. Діджиталізація та її вплив на розвиток бізнесу

Діджиталізація як необхідний шлях розвитку суспільства. Основні сфери розвитку діджиталізації. Ключові аспекти діджиталізації бізнесу. Переваги та недоліки цифрової трансформації. Стан розвитку діджиталізації в Україні та світі. Основні тенденції діджиталізації в глобальному вимірі

Тема 2. Сутність та особливості електронного бізнесу

Основні поняття електронного бізнесу та електронної комерції. Принцип функціонування електронного бізнесу. Види електронного бізнесу. Особливості започаткування та ведення бізнесу в глобальній мережі Інтернет. Інновації електронного бізнесу

Тема 3. Основні технології та системи електронної комерції

Форми та види електронної комерції. Web-технології як основа організації електронної комерції. Типи та види веб-сайтів. Системи WCMS, SCM, CRM, E-procurement

Тема 4. Платіжні системи в мережі Інтернет

Сутність та основні види електронних платіжних систем. Взаєморозрахунки в мережі Інтернет. Інтернет-банкінг. Переваги та недоліки використання електронних грошей

Змістовий модуль 2. Просування та ефективність в електронному бізнесі

Тема 5. Теоретичні основи інтернет-маркетингу

Сутність та особливості інтернет-маркетингу. Елементи комплексного інтернет-маркетингу. Переваги та недоліки використання системи маркетингу в мережі Інтернет.

Тема 6. Особливості просування в мережі Інтернет

Види та особливості використання інтернет-реклами. SMM-стратегія. Елементи стратегії просування бренду. Методи SMM просування. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM Ефективність інтернет-реклами

Тема 7. Пошукова оптимізація

SEO-оптимізація: цілі та завдання. Основні етапи пошукової оптимізації в мережі Інтернет. Методи та інструменти SEO-оптимізації. Інструменти веб-аналітики та бізнес-аналітики

Тема 8. Ефективність роботи в електронному бізнесі

Методичні підходи до оцінювання ефективності електронної комерції. Маркетингові показники ефективності. Основні метрики і КРІ інтернет-маркетингу. Послідовність оцінки ефективності в соціальних мережах. Ефективність веб-сайту

3. Тематика практичних завдань

Практичне заняття 1. Стан та тенденції розвитку діджиталізації в Україні та світі

Метою практичного заняття є набуття розуміння процесів цифрової трансформації в Україні та світі

Практичне заняття проводиться у вигляді семінару-дискусії. Проведенню заняття передують попередня підготовка студентів. Академічна група ділиться на міні-групи по 3-5 осіб. Кожна міні-група готує мультимедійну презентацію на одну із запропонованих тематик:

1. Особливості цифрової трансформації в Україні
2. Основні проблеми діджиталізації в Україні
3. Вплив діджиталізації на розвиток вітчизняних підприємницьких структур
4. Тенденції розвитку цифрової трансформації в Україні
5. Тенденції розвитку діджиталізації в країнах ЄС
6. Тенденції розвитку діджиталізації в світі
7. Переваги та недоліки діджиталізації
8. Стан розвитку діджиталізації в Україні та світі
9. Діджиталізація в контексті віртуалізація підприємницьких структур
10. Digital-технології в бізнесі
11. Діджитал стратегії трансформації бізнесу
12. Еволюція діджитал технологій та діджитал інструментів
13. Основні стратегії в цифровій трансформації бізнесу

14. Цифрові технології як ключовий напрямок соціально-економічного розвитку суспільства

Презентація повинна відображати найновішу статистичну інформацію стійкі тренди, що формують стан й перспективи розвитку цифрової трансформації, аналіз причин існуючої ситуації, а також прогнози на середньо- і довгострокову перспективу.

Тривалість доповіді до 15 хв. Для організації дискусії кожна міні-група повинна надати викладачу на перевірку роботу в електронному вигляді не пізніше, ніж за 3 дні до проведення заняття.

Практичне заняття 2. Особливості електронного бізнесу за типом взаємодії

Метою практичного заняття є набуття розуміння сутності електронного бізнесу та умінь застосовувати моделі електронної комерції залежно від типу взаємодії

Завдання 1. Для кожної моделі електронної комерції (B2B, B2C, C2C, B2G тощо), необхідно знайти у мережі Інтернет три приклади електронних ресурсів. Пояснити сильні та слабкі сторони, а також особливості їх роботи.

Завдання 2. Знайти та навести приклади 5 компаній з різним співвідношенням традиційного та електронного видів бізнесу, описати завдання, обсяг та структуру їх присутності в глобальній мережі Інтернет. Визначити, до якої групи компаній (традиційні, змішані або повністю електронні) належать дані бізнес-структури. Обґрунтувати переваги і недоліки різних варіантів ведення бізнесу. Пояснити свою думку. За результатами проведеного дослідження підготувати звіт.

Завдання 3. Розв'язати запропоновані конкретні ситуації - кейси (роздатковий матеріал). Обґрунтувати управлінські рішення у вигляді міні-презентації результатів.

Для того, щоб ситуаційні завдання та кейси відповідали стану сучасного ринкового середовища, а також тенденціям на ринку електронного бізнесу, щорічно вони змінюються викладачем.

Практичне заняття 3. Основні технології та системи електронної комерції

Метою практичного заняття є набуття умінь аналізу базових технологій та принципів функціонування електронної комерції, а також навичок використання сучасних онлайн-конструкторів для створення комерційних веб-сайтів

Завдання 1. Проаналізувати типи web-ресурсів за схемою надання інформації, її обсягу та категорії задач, які вирішуються. Оцінити переваги та недоліки кожного типу. Результати оформити у вигляді звіту.

Завдання 2. Використовуючи пошукові системи мережі Інтернет знайти кілька вітчизняних та закордонних Інтернет-магазинів, які працюють в різних сферах економіки. Проаналізуйте інформаційну складову сайтів даних магазинів, а саме: повноту характеристики обраного товару/послуги; структуру меню сайтів; кількість кроків до замовлення товару/послуги; зручність користування сайтами; пропонувані системи оплати та доставки; візуальний та мультимедійний інтерфейс сайтів; наявність додаткових послуг тощо. Порівняйте аналізовані інтернет-магазини, обґрунтуйте вибір кращого та гіршого Інтернет-магазину. Результати представте у вигляді презентації.

Завдання 3. Академічна група ділиться на міні-групи по 3-5 осіб. Кожна міні-група, використовуючи безкоштовні онлайн-конструктори (Wix, Jimdo, Weebly), повинна розробити комерційний веб-сайт підприємства сфери послуг/торгівлі (інтернет-магазин, B2B-портал, інформаційний портал тощо).

Завдання 4. Розв'язати запропоновані конкретні ситуації - кейси (роздатковий матеріал). Обґрунтувати управлінські рішення у вигляді міні-презентації результатів.

Для того, щоб ситуаційні завдання та кейси відповідали стану сучасного ринкового середовища, а також тенденціям на ринку електронних платіжних систем, періодично вони оновлюються викладачем.

Практичне заняття 4. Платіжні системи в мережі Інтернет

Метою практичного заняття є набуття навичок користування електронними платіжними системами

Завдання 1. Познайомитися із інтернет-банкінгом на прикладі Приват24. Оцінити можливості, які Привабанк надає підприємницьким структурам та фізичним особам. Підготувати звіт, де відобразити послуги, якими може скористатися як фізична, так і юридична особа в Приват24; переваги та недоліки користування інтернет-банкінгом; як забезпечується безпека в Приват24.

Завдання 2. Порівняти 4 найбільш популярні українські платіжні сервіси: Wayforpay, Portmone, Fondy, Liqpay. Проаналізуйте ціни, складність інтеграції, можливість використання Pay Pass, швидкість виведення коштів, розстрочку та оплату частинами, додаткові можливості. Оцініть кому підходить такий тип бізнесу. Обґрунтуйте свою відповідь. Результати аналізу представити в

Завдання 3. Розв'язати запропоновані конкретні ситуації - кейси (роздатковий матеріал). Обґрунтувати управлінські рішення у вигляді міні-презентації результатів.

Для того, щоб ситуаційні завдання та кейси відповідали стану сучасного ринкового середовища, а також тенденціям на ринку електронних платіжних систем, періодично вони оновлюються викладачем.

Практичне заняття 5. Основи та особливості інтернет-маркетингу

Метою практичного заняття є набуття умінь розроблення й застосування інструментів інтернет-маркетингу

Завдання 1. Розв'язати запропоновані конкретні ситуації (роздатковий матеріал). Обґрунтувати управлінські рішення у вигляді міні-презентації результатів.

Для того, щоб ситуаційні завдання та кейси відповідали стану сучасного ринкового середовища, а також тенденціям на ринку інтернет-маркетингу, періодично вони оновлюються викладачем.

Завдання 2. Обрати та обґрунтувати ідею Інтернет-проекту (наприклад: гайд по закладам харчування, організація туристичної компанії, торгівля хенд-мейд товарами, рекламна агенція тощо).

Запропонувати варіанти концепції графічного дизайну сайту як схеми розташування зон на екрані (меню, інформація тощо.). Для цього необхідно визначити основні цілі розробки Інтернет-проекту; обґрунтувати, які функції виконуватиме Інтернет-проект. Побудувати карту сайту, використовуючи засоби MS Office.

Використовуючи різноманітні програмні додатки запропонуйте можливий вигляд графічного дизайну Інтернет-проекту, експортуйте його.

Робота відбувається у міні-групах по 3-5 осіб.

Практичне заняття 6. Особливості просування в мережі Інтернет

Метою практичного заняття є набуття умінь розробляти стратегії просування бренду/продукту/послуги в мережі Інтернет та використовувати інструменти просування в соціальних мережах

Завдання 1. Запропонувати 3-5 найкращих методів SMM для просування бренду/продукту/послуги. Обґрунтувати думку. Розробити модель «See/Think/Do/Care» для просування бренду/продукту/послуги.

Завдання 2. Підготувати есе на тему "Управління репутацією бізнесу в соціальних мережах"

Завдання 3. Розв'язати запропоновані конкретні ситуації - кейси (роздатковий матеріал). Обґрунтувати управлінські рішення у вигляді міні-презентації результатів.

Для того, щоб ситуаційні завдання та кейси відповідали стану сучасного ринкового середовища, а також тенденціям на ринку електронних платіжних систем, періодично вони оновлюються викладачем.

Завдання 4. Розробити для Інтернет-проекту, обґрунтованому на практичному занятті №5, стратегію просування в одній із соціальних мереж (на вибір студента). Виконання даного завдання передбачає: опис способів просування товарів/послуг в мережі Інтернет; написання програми з просування; створення спільноти в одній із соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram); розробка текстового, графічного, відео- та аудіоконтенту; публікація різноформатних постів; розрахунок орієнтовних витрат на рекламну кампанію; аналітика, висновки та рекомендації з просування обраного продукту (послуги) у соціальній мережі.

Робота відбувається у міні-групах по 3-5 осіб. Результати представити у вигляді презентації.

Практичне заняття 7. Ефективність роботи в електронному бізнесі

Метою практичного заняття є набуття навичок визначення основних показників ефективності електронної комерції, в т.ч. інтернет-маркетингу й соціальних мереж

Завдання 1. Використовуючи вихідні дані (роздатковий матеріал) розрахувати ефективність використання рекламних інструментів, а саме ефективність банерної реклами, ефективність переходу категорії «відвідувачі» у стан «покупці», кількість повторних відвідувань Інтернет-сторінки тощо. Зробити висновки щодо найбільш оптимального варіанту рекламного інструменту. Обґрунтувати відповідь.

Завдання 2. Для Інтернет-проекту, обґрунтованому на практичному занятті №5, провести аналіз основних метрик та ключові показники ефективності (KPI) соціальних мереж, а саме: зростання кількості підписників та відвідувачів спільноти / сторінки / блогу, охоплення рекламних оголошень та постів,

зростання відвідуваності сайту з групи в соціальній мережі і збільшення трафіку, кількість та якість трафіку, кількість social action, резонанс, Інформаційний фон бренду, кількість цільових дій, вчинених відвідувачами

Завдання 3. Використовуючи дані соціальних мереж та дані Google Analytics, оцінити для Інтернет-проекту, обґрунтованому на практичному занятті №5, основні KPI маркетингу та продажу: коефіцієнт конверсії, показник клікабельності, ціну за клік, ціну за дію, ціну ліда, вартість залучення клієнта, коефіцієнт незавершених замовлень, окупність рекламних витрат, окупність інвестицій, ROMI, середній дохід від користувача/покупця, показник відмов, коефіцієнт повернень на сайт, довічна цінність клієнта.

4. Тематика самостійної роботи

Студенти самостійно працюють над поглибленням своїх знань і навичок з усіх тем дисципліни, а також виконують індивідуальне завдання. Самостійна робота потребує вивчення додаткової літератури, положень, наукових праць та журналів.

Питання для самостійного вивчення дисципліни:

1. Основні поняття, особливості та закономірності електронного бізнесу
2. Електронний бізнес та його місце у сучасній економіці
3. Правові аспекти електронного бізнесу
4. Інформаційні технології як основа електронного бізнесу
5. Концепція та моделі підприємницької діяльності в Інтернет
6. Започаткування та організація підприємницької діяльності в Інтернет
7. Електронна комерція. Сектори електронної комерції
8. Інтернет-магазин як частина електронного бізнесу
9. Електронні платіжні системи
10. Планування електронного бізнесу
11. Інфраструктура підприємств електронного бізнесу
12. Ефективність функціонування бізнес-структур електронної комерції

13. Глобалізація економічної діяльності
14. Інтернет-економіка як стимул появи нових учасників ринку
15. Переваги використання Інтернет-технологій економіки
16. Соціально-економічні вигоди суспільства від застосування Інтернет-технологій економіки
17. Роль індустрії цифрових технологій в електронному бізнесі
Моделі електронного бізнесу.
18. Моделі електронного бізнесу. Брокерська модель.
19. Моделі електронного бізнесу. Реклама модель.
20. Моделі електронного бізнесу. Модель інформаційного посередництва.
21. Моделі електронного бізнесу. Торгівельна модель.
22. Моделі електронного бізнесу. Модель виробника
23. Веб-сайт як основа системи комунікацій в Інтернеті
24. Методологія просування бізнесу в Інтернеті
25. Відмінності електронної комерції та електронного бізнесу
26. Комерційний цикл в електронному бізнесі
27. Основні відмінності електронної економіки від традиційної
28. Еволюція електронної комерції
29. Складові електронної комерції
30. Електронні фінансові структури ринку
31. Електронний документообіг
32. Інтернет-маркетинг та його інструменти
33. Системи електронних платежів
34. Ефективність електронного бізнесу
35. Безпека електронного бізнесу
36. Комплекс Інтернет-маркетингу
37. Основні критерії успішності Інтернет-маркетингу
38. Структура ринку електронної комерції
39. Переваги електронного бізнесу
40. Принцип функціонування електронного бізнесу
41. Інновації електронного бізнесу
42. Форми та види електронної комерції
43. Типи та види веб-сайтів
44. Взаєморозрахунки в мережі Інтернет
45. Переваги та недоліки використання електронних грошей

5. Критерії оцінювання

Для досягнення цілей і завдань курсу студентам необхідно засвоїти теоретичний матеріал, своєчасно виконувати практичні завдання, скласти модульні контролі. За попередньою згодою викладача, здобувачі вищої освіти можуть виконувати альтернативні завдання для забезпечення досягнення запланованих результатів навчання.

Критерії оцінювання встановлюються індивідуально для кожного навчального завдання. При оцінюванні кожного завдання враховуються: якість й повнота виконання завдань (не менше 60% балів, що виділені за завдання), своєчасність виконання завдань (до 40% балів, що виділені за завдання).

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються наступним чином:

- практичні/самостійні/індивідуальна тощо: 60% семестрової оцінки; максимальна кількість – 60 балів;
- модульна контрольна робота: 40% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 40 (модуль 1 – 20 балів, модуль 2 – 20 балів)).

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

Система оцінювання знань студентів проводиться відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування <http://ep3.nuwm.edu.ua/4088/>

За кожним змістовим модулем проводиться по одному модульному контролю. Модульні контролі проводяться у тестовій формі на платформі <https://exam.nuwm.edu.ua/> відповідно до графіка навчального процесу.

Порядок проведення поточних і семестрових контролів та інші документи, пов'язані з організацією оцінювання та порядок подання апеляцій наведений на сторінці Навчально-наукового центру незалежного оцінювання за посиланням - <https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>

6. Список рекомендованої літератури

Основна література:

1. Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver. *E-commerce*, 2018. 912 p.
2. Dave Chaffey, Tanya Hemphill, David Edmundson-Bird. *Digital Business and E-Commerce Management: 7th edition*, 2019. 680 p.
3. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Електронний бізнес : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2018. 292 с.
4. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2017. 216 с
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М. : Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2019. 242 с.
6. Белз О. Г. Основи електронного бізнесу: навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 176 с.
7. Кушнір Р. Покрокова інструкція створення системного, ефективного і прописаного бізнесу в Україні, 2019. 432 с.

Додаткова література:

1. Avery Swartz. See You on the Internet: Building Your Small Business with Digital Marketing, 2020. 216 p.
2. Shaposhnykov K., Abramova A., Zhavoronok A., Liutikov P., Skvirskyi I., Lukashev O. Ecosystem of VAT Administration in E-Commerce: Case of the Eastern Europe Countries. *Estudios de economía aplicada*. 2021. Vol. 39(5). DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i5.4909>.
3. Вербівська Л. В. Концептуальні засади обґрунтування сутності електронного бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 2 (26). С. 57–64.
4. Орлова К. Є. Управління бізнесом : підручник. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2019. 319 с.
5. Ярмолюк О. Я., Фісун Ю. В., Шаповалова А. А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 11-2. С. 62–65.
6. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебн. пособие для СПО / 2-е изд., доп. М. : Юрайт, 2018. 433 с.

7. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: навч. посіб. за заг. ред. І. Б. Шевчук. Львів : Видавництво ННБК «АТБ», 2020. 455 с.

Інтернет-джерела:

1. Закон України Про електронну комерцію URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/675-viii>
2. Дослідження тенденцій в цифровому світі. URL: www.kleinerperkins.com/perspectives
3. Електронная коммерция, локальная экономика, местная валюта, open source. URL: <https://e-commerce.com.ua/>
4. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. URL: <http://www.connectedthebook.com/>
5. Ecommerce PHP shopping cart software Shop-Script FREE. URL: <http://www.scriptshop.com.ua>