

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра информатики и математики

КУРСОВАЯ РАБОТА

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

Работу выполнил: 22.05.18 П.С. Баран П.С. Баран
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Филиал ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Новороссийске курс 3 ОФО
Направление 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Научный руководитель
Доцент, канд. физ.-мат. наук, доцент 6.06.18 И.Г. Рзун
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Нормоконтролер
Специалист по УМР 22.05.18 О.П. Гринчишина
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы электронных торгов.....	5
1.1 Принципы работы электронных торгов.....	5
1.2 Классификация систем электронных торгов.....	7
2 Электронные торговые площадки.....	12
2.1 Цифровая экономика как основа торговых площадок.....	12
2.2 Виды торговых площадок.....	13
2.3 Особенности и преимущества торговых площадок	15
3 Схема функционирования электронной торговой площадки	17
Заключение.....	24
Список использованных источников.....	25

ВВЕДЕНИЕ

Повсеместное использование глобальных сетей связи, в первую очередь - глобальной сети Интернет привело к большим изменениям в сфере ведения торговли и коммерческой деятельности. Основопологающей идеей электронной торговли является применение крупных коммуникационных возможностей глобальной сети Интернет для совершения торговых операций. Крайне бурное развитие Интернет-коммерции поставило новые задачи для бизнеса. Каждый предприниматель, рассчитывающий на серьезную прибыль, должен рассматривать все возможные пути внедрения в структуру своего предприятия технологии электронной торговли.

В современном бизнесе, все больше и больше предприятий отказывается от традиционных форм ведения торговли и все больше организаций отдает предпочтения электронной торговле через различные электронные торговые площадки. Электронные торговые площадки дают много преимуществ как продавцам, так и покупателям. Продавец освобождается от лишних затрат в виде оплаты аренды магазина, оплаты работы персонала и так далее, частично освобожден от необходимости поиска клиентов, так же продавец не скован географически, ведь к электронным торговым площадкам, покупатель имеет доступ из любой точки мира, где есть доступ в Интернет. Покупатель в свою очередь тоже имеет ряд преимуществ – так как продавец не тратит лишние средства на обслуживание магазина и персонала, он снижает стоимость своего товара, что в свою очередь является плюсом для покупателя, покупатель защищен от мошенничества.

Одним из немаловажных особенностей электронных торговых площадок является то, что ими могут пользоваться не только малые и средние организации, но также их могут использовать крупные государственные корпорации, государственные организации и прочие государственные

структуры, которым необходимо продавать товары как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Актуальность курсовой работы подтверждается тем, что практика применения электронных торговых площадок в различных сферах общества расширяется.

Объектом курсовой работы являются различные электронные торговые площадки, принципы их функционирования, данные, а также способы их организации, структурирования и систематизирования.

Целью курсовой работы является построение схемы создания электронной торговой площадки на примере компании «ЕМР».

1 Теоретические основы электронных торгов

1.1 Принципы работы электронных торгов

Электронные торги или торги в электронной форме – это система отношений в обществе, которая регулируется и регламентируется нормами права, между участниками рынка, где местом взаимодействия является электронная сеть Интернет, с помощью которой все участники рынка реализуют между собой сделки по различным потребностям (продажа товаров, работ или предоставление услуг)

Торги в электронной форме позволяют решать множество проблем, которые связаны с продажей или покупкой товаров, или же предоставлением услуг. Работа с такой системой гораздо удобнее, проще и быстрее.

Любой организатор своей деятельности или поставщик, во время участия в проведении торгов на электронной торговой площадке, может наблюдать за конкурентами, их количеством, предлагаемыми ими услугами, а так же конкурентоспособностью их цен.[8]

Таким образом, электронные торги это современный способ зарабатывать честно, и чем раньше организация начнет участвовать в электронных торгах, тем скорее она повысит свою конкурентоспособность.

Для начала работы на электронной торговой площадке (ЭТП) необходимо получить электронную подпись (ЭП), поскольку все документы, необходимые для участия в электронных торгах, подписываются посредством ЭЦП.

Следующим этапом следует регистрация на электронной торговой площадке. Для этого на ЭТП необходимо предоставить установленный законом весь комплект документов. Регистрация должна осуществляться всеми участниками размещения заказа, то есть как заказчиками, так и поставщиками.

Для всех участников и заказчиков нужно быть ознакомленными с требованиями законодательства и регламентом, который контролирует деятельность электронной торговой площадки. Эти данные можно найти в сети Интернет. Данные о проведении того или иного аукциона размещаются на сайте торговой площадки или же высылаются участникам в виде определенных заявок или извещений. Участник торгов имеет право подать только лишь одну заявку в соответствии с количеством аукционов, то есть сколько лотов, столько заявок и может отправить участник аукциона.

Участие в торгах открытого аукциона проводится в электронной форме. Участники размещения заказа (поставщики) подают ценовые предложения.

Подводятся итоги открытого аукциона в электронной форме, составляется протокол.[2]

Производится выбор участника-победителя, с которым заключается Контракт.

На рисунке ниже представлена схема процедуры проведения электронных торгов:

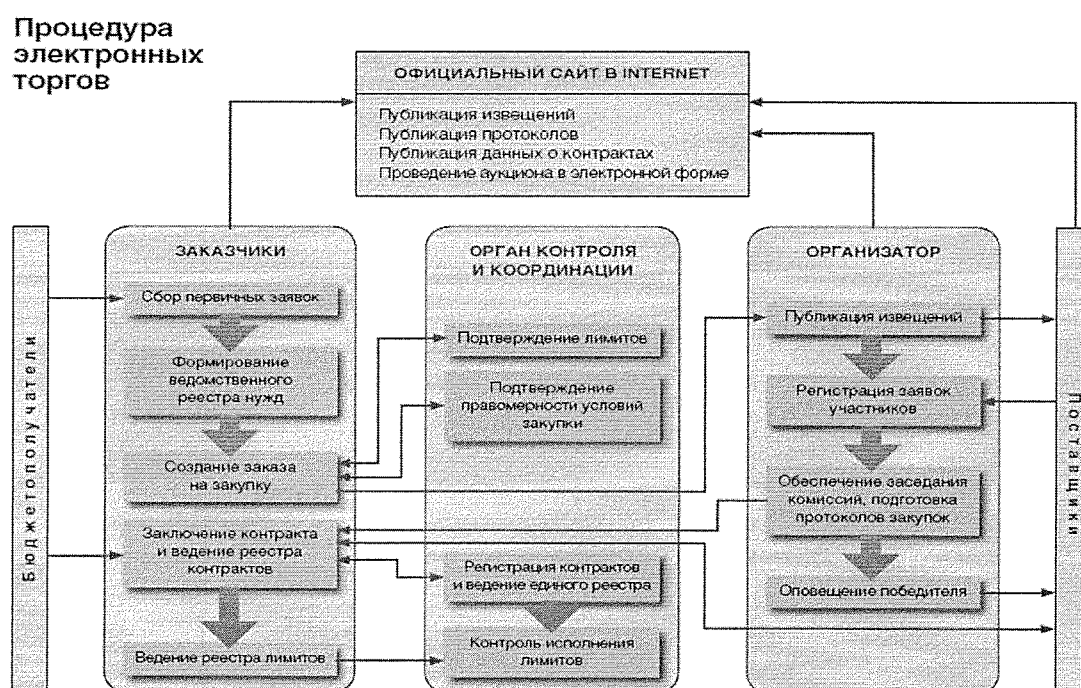


Рисунок 1 – Процедура электронных торгов

1.2 Классификация систем электронных торгов

В зависимости от характера целей проведения аукциона, принято выделять следующие виды электронных торгов:

- Торги, с целью проведения размещения заказов на товары или услуги государственных и муниципальных нужд.
- Торги, производимые с целью продажи имущества обанкротившихся компаний.
- Торги, реализующие арестованное имущество.
- Торги, которые проводятся на основании заказа коммерческих организаций.

Каждый вид электронных торгов обладает своими характерными свойствами, но при этом электронным торгам присущи следующие общие системные признаки:

Состав участников функционирует на основании трех элементов:

- оператор электронных торгов;
- организатор аукциона;
- пользователи электронных торгов.

Электронные торги проводятся на специализированной электронной площадке, которая служит способом связи этих трех элементов. [4]

Оператором электронных торгов зачастую является индивидуальный предприниматель или же юридическое лицо. Оба из них должны иметь право на размещение аукционов на реализацию деятельности на электронной площадке, в ином случае торги не будут проведены. Самыми важными задачами оператора являются организация, слежение и сопровождение электронных торгов. За это ему начисляются соответствующие определенным нормам и договоренностям дивиденды.

Организаторами торгов выступают те, кто заключил договоры или контракты с операторами электронных торгов. Целями заключения договора

могут выступать различные причины. Например, реализация своего имущества через интернет. Пользователями могут быть:

- государственные органы,
- органы местного самоуправления,
- организации, имеющие намерение приобрести товары, услуги или работу,
- граждане.

На рисунке ниже показаны требования, которым должна удовлетворять электронная торговая площадка.



Рисунок 2 -Требования к ЭТП

Продажа услуг или продукции государственным, крупными организациями или бюджетными организациями может быть осуществлена только путем участия этих организаций в электронных торгах. Так же

законодательство регламентирует правило, согласно которому часть номенклатуры, работ, товаров и услуг должны быть приобретены на открытых аукционах электронных торгов. Данный закон распространяется на государственные уровни всех сфер: федеральной сферы, муниципальной и региональной.[20]

Так же зачастую электронные торги разделяют на следующую классификацию:

- Абсолютный или обычный аукцион. Не имеет установленной минимальной цены, а товар продается исключительно за максимально предлагаемую цену.

- Публичный аукцион характеризуется доступностью текущих максимальных ставок, а также истории всех ставок. Ограничений нет, но обязательна гарантия платежеспособности.

- Приватный или salted-bid аукцион — ставка принимается исключительно в течение строго ограниченного времени, причем участник имеет право только на одну ставку и не может узнать размер и количество ставок других участников; в конце оговоренного периода определяется победитель или победители.

- Тихий аукцион считается разновидностью приватного аукциона. На нем участник не знает, кто сделал ставку, но может узнать, какова текущая максимальная ставка.

- Аукцион с минимальной ценой. Продавец задает минимальную цену товара, и в процессе всего аукциона покупатели знают только ее. [7]

- Аукцион с зарезервированной ценой. Отличительной чертой от аукциона с минимальной ценой, является то, что участники аукциона знают об установленной минимальной цене, но не знают о ее величине. Если в процессе торгов минимальная цена не достигнута, то товар остается не проданным.

- Датский аукцион — начальная цена устанавливается преувеличенно высокой и в процессе торгов автоматически уменьшается, уменьшение цены прекращается после того, как участник-покупатель останавливает аукцион.

Существует несколько общепризнанных категорий, на которые подразделяется электронная коммерция. Как правило, такое размежевание проводится по целевой группе потребителей.

В настоящее время наиболее востребованы электронные площадки, которые могут обеспечить большинство закупочных процессов: сбор потребностей, планирование и проведение торгов, квалификационный отбор поставщиков, анализ ценовой конъюнктуры рынка, применение ЭЦП (электронной цифровой подписи) и пр. Фактически системы электронных торгов постепенно переходят с уровня электронных торговых площадок на уровень полномасштабных систем управления торгово-закупочной детальностью.

Результаты использования систем электронных торгов:

- снижение влияния человеческого фактора на процессы закупочной деятельности;
- повышение прозрачности закупочных процессов;
- повышение точности планирования за счет обеспечения достоверного анализа потребностей в товароматериальных ценностях;
- повышение качества и оперативности закупок;
- снижение закупочных цен и оптимизация бюджетных расходов компании-заказчика;
- реализация системы конкурентных закупок (выбор альтернативных товаров и поставщиков);
- обеспечение достоверной оценки ценовой конъюнктуры рынка;
- анализ экономической эффективности закупочной деятельности.

Рынок электронной торговли бурно развивается, захватывая всё больше аудитории не только в мегаполисах, но и населённых пунктах поменьше. [17]

Аудитория, вовлечённая в интернет-коммерцию, растёт, тратит больше денег онлайн и выбирает все больше категорий товаров.

Для участия в электронных торгах зачастую требуются:

- Иметь возможность поставить конкурентоспособную продукцию или предоставить услуги заказчику.

- Компьютер с выходом в Интернет;

- Получить ЭЦП (электронно-цифровая подпись);

- Пройти аккредитацию на электронной торговой площадке (ЭТП);

- Найти интересный тендер;

- Подать конкурентоспособную заявку на участие в тендере;

- Быть лучше конкурентов в плане цены или условий реализации потребностей заказчика, т.е. победить в электронном аукционе или конкурсе.[2]

2 Электронные торговые площадки

2.1 Цифровая экономика как основа торговых площадок

На данный период времени, электронная торговля занимает значимое место среди институтов цифровой (информационной) экономики. Имеет упоминания в большом количестве правоотношений и регламентируется своими правовыми нормами, которые складываются в сфере торговли. Так же это понятие охватывает взаимодействие отношений между потребителями и потребителями - модель С2С, так же взаимоотношения продавцов и потребителей - модель В2С, имеет место в отношениях между предпринимателями - В2В, и так же влияет на модель бизнеса В2G – взаимодействие бизнеса и государства. [13]

Отличительными чертами цифровой экономики в настоящее время считаются:

- виртуальность цифровой экономики. Информационная экономика существует только в виртуальном мире, хранится на различных носителях и серверах, что позволяет открывать доступ практически каждому участнику рынка.

- информационная экономика зависима от телекоммуникационных сетей и различной компьютерной техники. Это отличие можно считать ключевым между реальной и виртуальной экономикой.

- взаимодействие потребителей и производителей. Виртуальность экономики позволяет упростить взаимодействие между потребителем и производителем, улучшая качество взаимодействия, путем сокращения количества посредников.[5]

- персонафицированность. Позволяет реализовать товар, который необходим не всем людям, а какому – либо конкретному лицу, которое задает параметры необходимого ему товара или услуги. Направленность на рынок индивидуально произведенных товаров.

- высокие темпы роста. Благодаря этому этой особенности услуги и товары стали доступны практически всем потребителям. Разнообразие товаров и услуг привлекает все большее количество новых потенциальных потребителей, что благоприятно сказывается на развитии информационной экономики. [16]

- электронные деньги и виртуальные товары являются уникальной чертой и особенностью информационной экономики. Так же их особенностью считается то, что они не могут существовать в реальной экономике.

Так же выделяют три базовые составляющие информационной (цифровой) экономики:

- инфраструктура, которая включает в себя специальное программное обеспечение, различные средства коммуникации, аппаратные средства и так далее.

- электронные деловые операции, которые реализуют бизнес – процессы в ходе взаимодействия потребителя и производителя через сеть интернет, то есть в виртуальном рынке.

- электронная коммерция, которая подразумевает под собой продажу и реализацию товара онлайн. На данный момент времени именно эта особенность является самым крупным сегментом рынка цифровой экономики.

2.2 Виды электронных торговых площадок

На данный момент времени принято выделять следующие виды электронных площадок:

Федеральные или бюджетные торговые площадки (площадки B2G). Эти площадки предназначены для заказчиков, которыми выступают государственные предприятия и учреждения. Зачастую они используются для организации государственных закупок.[24]

Коммерческие электронные площадки. На этих площадках реализуются модели бизнеса B2B, то есть площадка исключительно для коммерческих организаций.

Так же существуют площадки, которые были созданы и поддерживаются покупателями (потребителями) – Buyer – Driven. Эта система была создана, чтобы оптимизировать процесс закупок. Одна или несколько крупных фирм создают свою ЭТП для привлечения новых фирм поставщиков.

Аналогичная вышеизложенному типу торговой площадки, существует и ЭТП, созданная крупными поставщиками Seller – Driven. Такие системы создаются для увеличения рынка сбыта производимых компанией товаров.

Для объединения двух ранее изложенных систем, так же была создана электронная торговая площадка для посредников. Данный вид торговых площадок является самым многочисленным, и разделяется на отраслевые и многоотраслевые торговые площадки. Многоотраслевые не ограничиваются определенным количеством производимой номенклатуры, а отраслевые имеют определенные ограничения, то есть создаются для определенного предприятия, как например, РЖД.

Имеют место быть и площадки, созданные частными лицами: C2C. На таких торговых площадках частные лица могут продавать товары другим частным лицам. Ярким примером такой площадки служит eBay.

Системы розничной торговли, то есть система B2C, где продавцами выступают компании, а покупателями – частные лица. Зачастую к этому типу относят интернет – магазины, которые имеют достаточно большой ассортимент товаров.

Электронные торговые площадки по продаже имущества банкротов, должников или арестованного имущества. Данный вид площадок был создан для автоматизации продажи имущества при погашении долгов, в ходе процедур, применяемых в делах о банкротстве.

2.3 Особенности и преимущества торговых площадок

Главными преимуществами участия в торгах, проводимых на электронных торговых площадках, являются:

Экономичность закупок, проводимых на торговой площадке. Человек, которому необходимо продать товар, платит определенную сумму за пользование, размещает лот, устанавливает цену и размещает тендер. За техническую часть и организацию отвечает оператор электронной торговой площадки.

В закупках могут принимать участие все желающие подрядчики или лица, которым разрешен доступ, то есть соответствующие требованиям заказчика лица, из любого региона.

Отсутствие необходимости постоянной отправки пакета документов. Они загружаются на площадку один раз, а затем используются повсеместно.

Возможность выбора закупки, которая интересна и удовлетворяет нужды и требования компании – подрядчика. Данное преимущество является одним из наиболее важных в выборе той или иной площадки.

Данный способ организации тендера сводит риск к минимальным показателям возможных сговоров и коррупций среди участников. Победитель тендера будет определяться исходя исключительно из объективных характеристик, которые соответствуют требованиям заказчика.

К особенностям ведения бизнеса на электронных торговых площадках можно причислять следующее:

Выгодность ведения бизнеса на ЭТП. Вся информация о подрядчиках отображается на площадке, что позволяет «отследить» репутацию того или иного производителя, то есть поиск надежного и проверенного поставщика упрощается.

ЭТП оказывают большое содействие в решении совершенствования рынка сбыта и производства товаров, так как каждый производитель стремится повысить свою репутацию. Данная система так же позволяет

снизить риск злоупотребления полномочиями. Все это создает площадке такие свойства как мобильность, доступность и надежность.

Постоянный рост продаж. Это преимущество, по сути, является одним из основных, так как постоянный рост продаж стимулирует развитие предприятия и расширяет сферу деятельности площадки, увеличивая ее масштабы, так как каждое предприятие заинтересовано в расширении клиентской базы. Использование ЭТП сводит к минимуму потребность в call – центрах и затраты на них.[19]

Выход на электронную торговую площадку дает поставщикам возможность выбора большого вида товаров, а так же быстрого поиска потенциальных поставщиков и потребителей, что значительно улучшает показатели эффективности процесса реализации товаров.

3 Схема функционирования электронной торговой площадки

Объектом составления схемы является компания «ЕМР», которая реализует электронные торги различных товаров, форм собственности и услуг.

Ниже будут представлены схемы, отображающие общий принцип функционирования данной электронной торговой площадки.

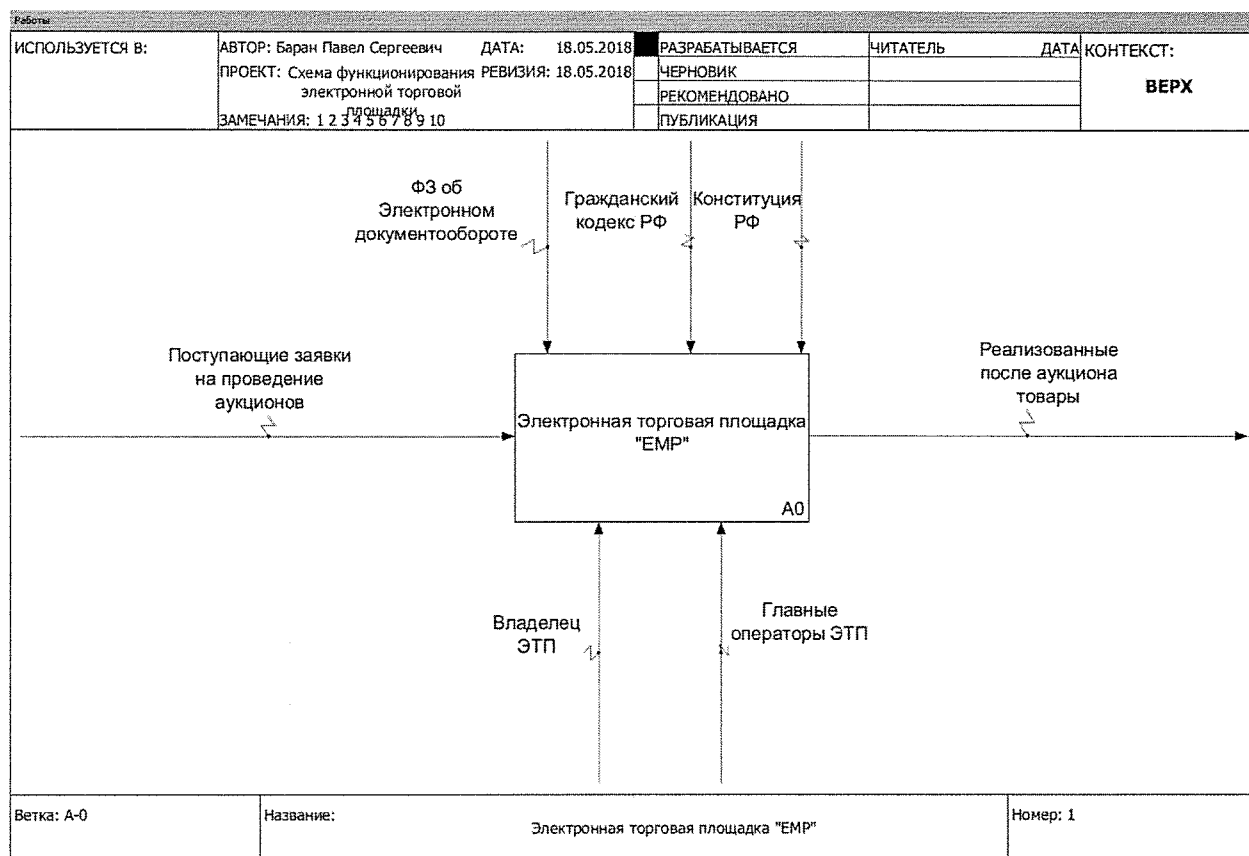


Рисунок 3 – Общая схема предприятия

На данной модели отображены входящие потоки в виде поступающих заявок на проведение аукционов. В процессе деятельности и их рассмотрения принимается решение о проведении аукциона или же отказа в нем.

Исходящим потоком считаются реализованные через процесс электронных торгов товары, услуги и прочее.

Деятельность предприятия регламентируется следующими нормативно правовыми актами:

- ФЗ об электронном документообороте,
- Гражданским кодексом РФ,
- Конституцией РФ.

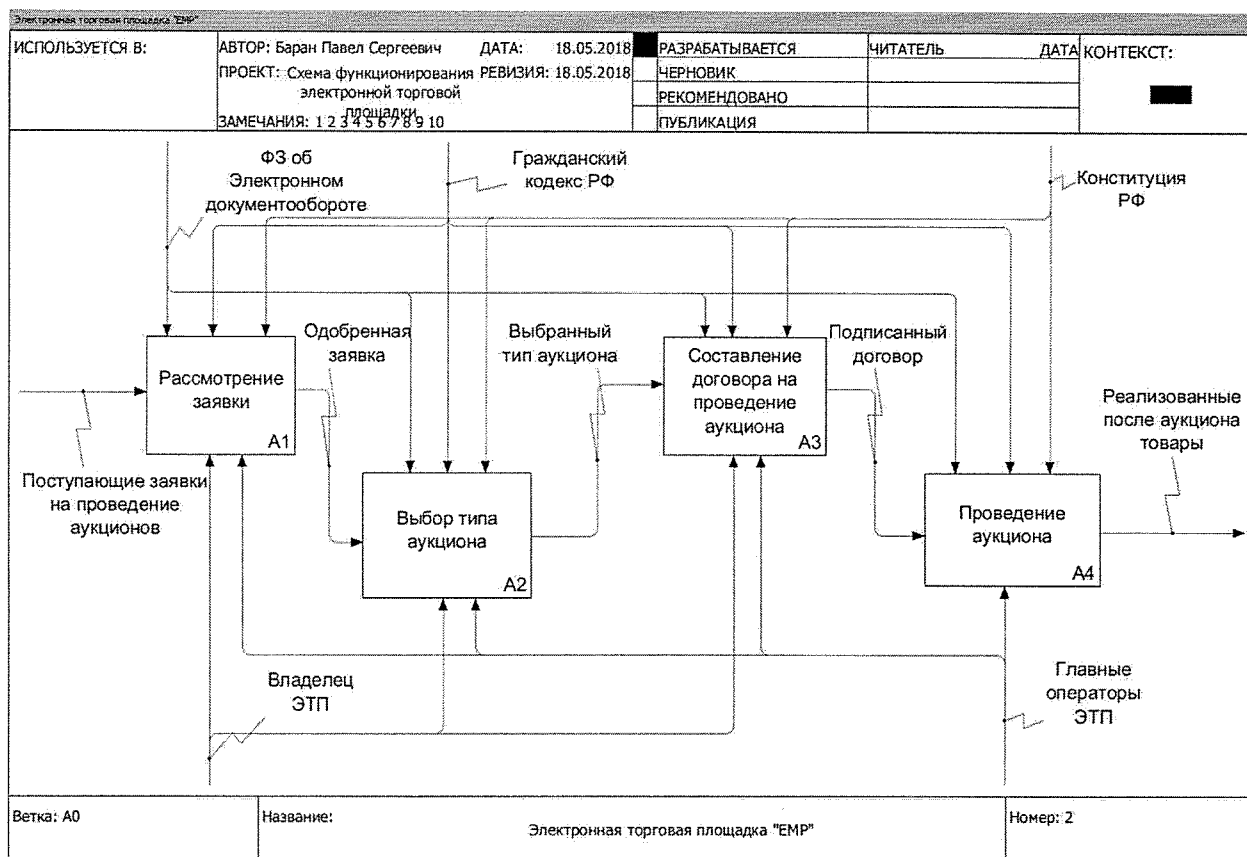


Рисунок 4 – Подробная схема процессов предприятия

Данная схема отображает все процессы, которые осуществляет предприятие: рассмотрение поступающих заявок, выбор типа аукциона в случае одобрения заявки, составление договора на проведение и непосредственное проведение аукциона с реализацией оговоренного в договоре товара.

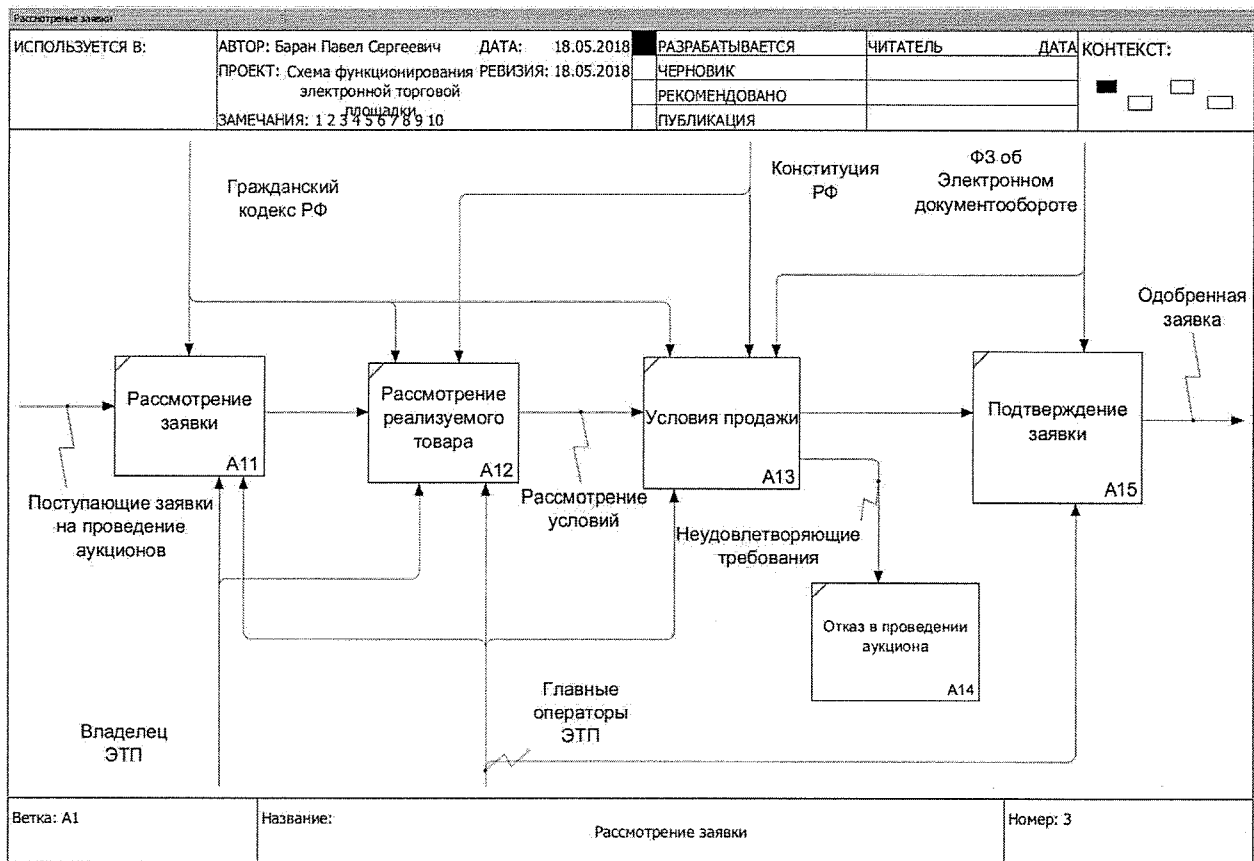


Рисунок 5 – Уровень рассмотрения поступающих заявок

Данный уровень включает в себя процессы:

- рассмотрение заявки,
- подробное изучение реализуемого товара,
- условия продажи товара, которые будут включены в процесс проведения аукциона,
- в случае неудовлетворительных условий или отсутствия какого-либо пакета документов заявка будет отклонена
- в случае наличия всех документов и удовлетворительности условий заявка одобряется.

Все процессы на это уровне регламентируются уже перечисленными нормативно правовыми актами.

Исходящим потоком на этом уровне является одобренная заявка на проведение аукциона.

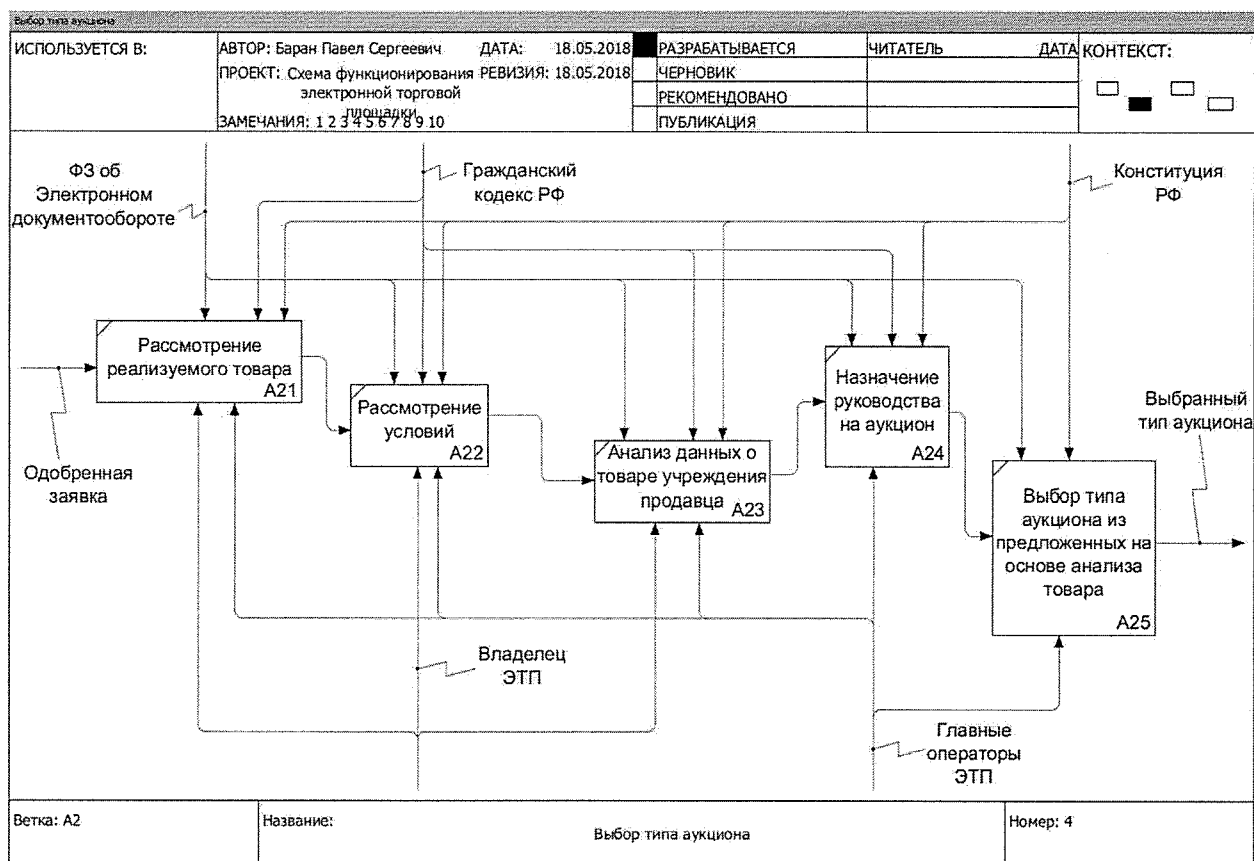


Рисунок 6 – Схема выбора типа аукциона

Схема выбора типа аукциона описывает действия по анализу реализуемого в будущем товара.

На данном этапе не малозначимое место занимает рассмотрение условий продажи товара компанией – заказчиком.

На основе собранных данных, их анализе и изучении рынка подобных товаров выбирается определенный тип аукциона, затем данный выбор подтверждается руководством, а именно руководителем ЭТП и главным оператором ЭТП. Затем назначается руководство на проведение аукциона.

Затем следует окончательный выбор вида аукциона заказчиком из уже предложенных.

Исходящим потоком считается выбранные тип аукциона.

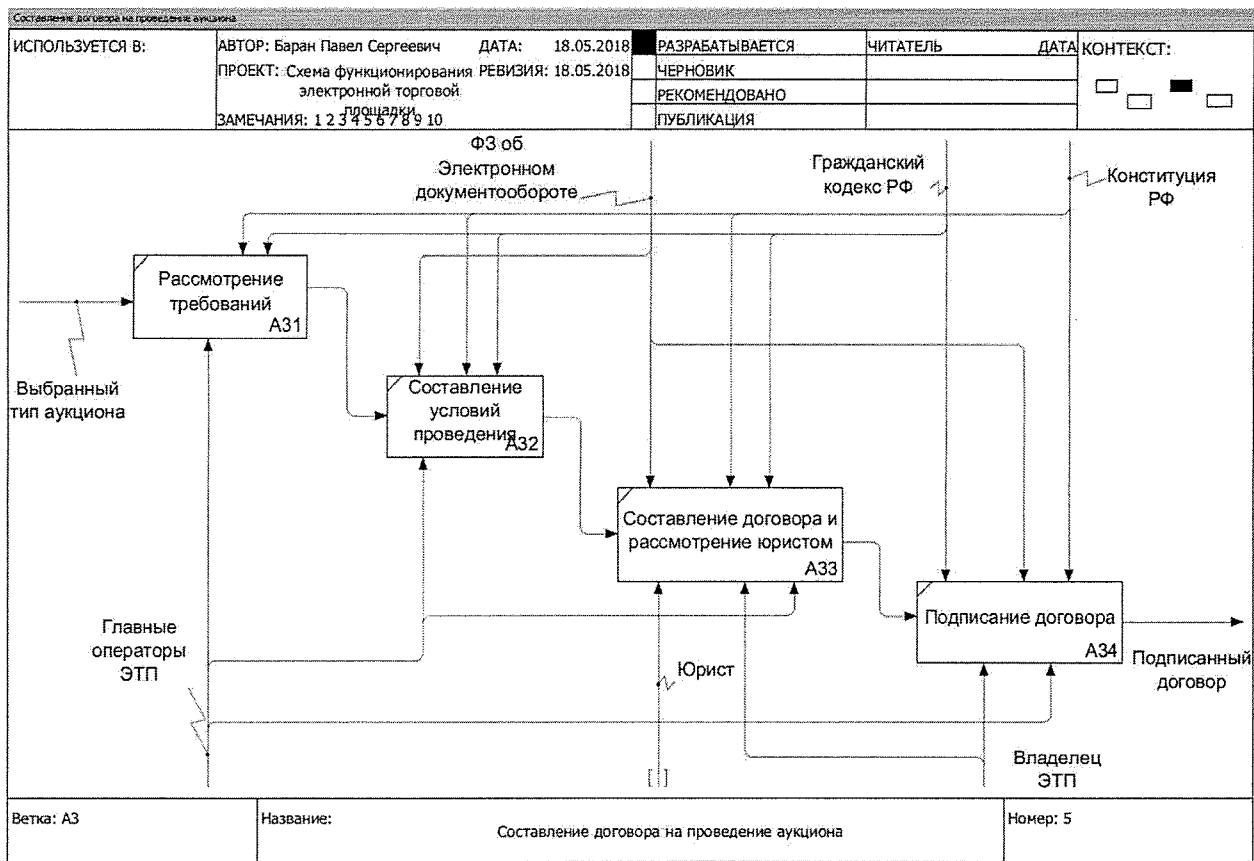


Рисунок 7 – Схема составления договора для проведения аукциона

Входящим потоком из прошлого процесса считается выбранный тип аукциона.

Он считается определенным требованием, поэтому направляется в процесс рассмотрения требований. На данном этапе составляются все ранее изложенные требования.

Составление условий проведения можно считать процессом, который подытоживает ранее оговоренные условия, требования и определенные нюансы.

Дальнейший процесс включает в себя составление договора и рассмотрение его юристом (для соблюдения регламента и законодательства).

Исходящим потоком на этом уровне считается подписанный договор.

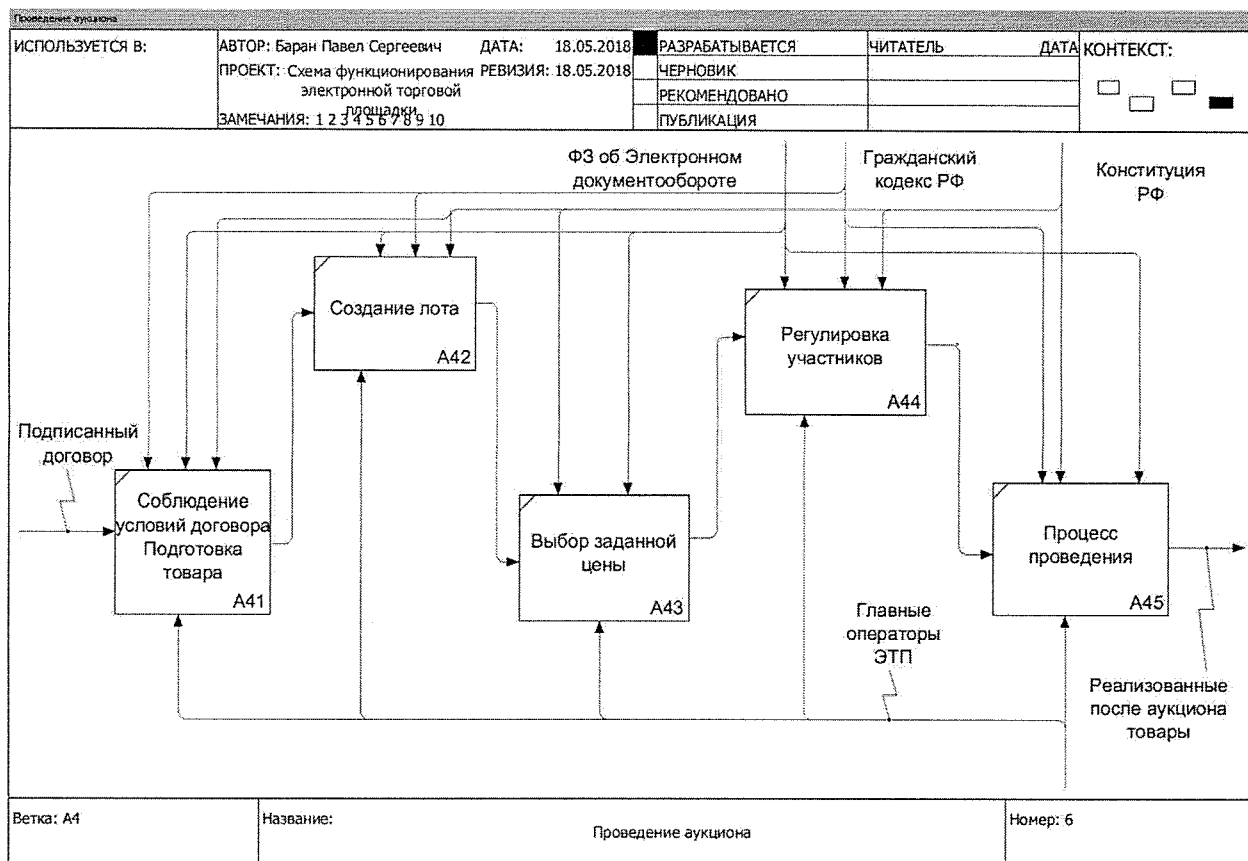


Рисунок 8 – Схема проведения аукциона

На данном этапе схемы описывается процесс проведения аукциона. Данный процесс включает в себя:

- входящий поток: подписанный договор. На его основании проводится аукцион.
- соблюдение условий договора и подготовка товара, который будет продаваться на аукционе.
- создание лота с соблюдением всех необходимых правил и норм.
- выбор заданной цены (минимально или максимально заданная цена, которая будет известна участникам аукциона в виде покупателей).
- регулировка участников контролирует процесс покупки, повышения цены и прочее, для обеспечения соответствия процесса всему регламенту.
- процесс проведения включает в себя все уже ранее оговоренные требования и процессы.

Исходящим потоком считается проданный или реализованный товар. Этим товаром может выступать как любая форма собственности, так и услуги или определенные работы.

Вся деятельность проведения аукциона контролируется операторами электронной торговой площадки.

Весь процесс управляется с помощью нормативно правовых актов, а именно: ФЗ об электронном документообороте, Гражданским кодексом РФ и Конституцией РФ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В курсовой работе были рассмотрены различные электронные торговые площадки, принципы их работы, особенности и преимущества.

В процессе написания курсовой работы были изучены теоретические сведения и материалы по функционированию электронных торговых площадок и их разновидности. Схемы электронной торговой площадки, приведенные в работе осуществлены на языке IDEF0 – графического изображения деятельности предприятия в виде блок – схем.

Разработанные схемы включают в себя все основные таблицы в упрощенной для восприятия форме, с подробным описанием всех процессов, которые осуществляются предприятием в ходе функционирования электронной торговой площадки.

В современном мире очень активно развивается понятие информационной или цифровой экономики. ЭТП активно помогают данному понятию развиваться, так как в современном бизнесе, все больше и больше предприятий отказывается от традиционных форм ведения торговли и все больше организаций отдает предпочтения электронной торговле через различные электронные торговые площадки.

Создание и функционирование электронных торговых площадок является быстро развивающейся отраслью экономики, что способствует расширению рынков. Так же это является механизмом развития современного бизнеса, а так же расширению понятия электронной коммерции.

На сегодняшний день использование ЭТП и информационных систем становится неотъемлемой частью функционирования крупных организаций и предприятий. В связи с этим большую актуальность приобретает освоение принципов построения и эффективного применения соответствующих технологий и программных продуктов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алтухова, Н. М. Эффективность информационных технологий / Н.М. Алтухова. - М, 2014. – 159 с.
- 2 Аникин, Б. А. Информационное планирование / Б.А. Аникин . - М, 2016. – 210 с.
- 3 Боровлева М.Ю. Информационные системы в экономике / М.Ю. Боровлева. – М, 2015. – 48 с.
- 4 Баталов С.А. Проектирование информационных систем: учебный практикум / С.А. Баталов. – М, 2017. – 302 с.
- 5 Воробьев, С.В. Учебная практика по информатике и информационным технологиям в экономике / С.В. Воробьев. – М, 2014. – 420 с.
- 6 Ветитнев А.М. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ. Учебник и практикум для академического бакалавриата / А.М. Ветитнев. -М, 2017. – 87 с.
- 7 Дементьев, А.М. Модели диагностики бизнес систем: учебное пособие / А.М. Дементьев, В.А. Епанешников. - М, 2015. - 288 с.
- 8 Дмитриев, Т.С. Промышленный B2B маркетинг : учебное пособие / Т.С. Дмитриев. - М, 2016. - 241 с.
- 9 Дыбская В.В. Логистика: учебник для бакалавриата / В.В. Дыбская. – М, 2015. – 162 с.
- 10 Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Зараменских. — М, 2018. — 407 с.
- 11 Зыков, С. В. Программирование. Объектно-ориентированный подход : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Зыков. — М, 2018. — 155 с.
- 12 Кеплер, В.Т. Теоретические основы управления изменениями и развития бизнеса: учебное пособие / В.Т. Кеплер, Е.А. Кунин. - М, 2015. - 368 с.
- 13 Кольцов, И.В. Автоматизация процесса управления предприятием: учебное пособие / И.В. Кольцов. - М, 2015. - 112 с.

- 14 Левкин, Г. Г. Коммерческая логистика : учебное пособие для вузов / Г. Г. Левкин. - М, 2018. — 375 с.
- 15 Нетёсова, О. Ю. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие для вузов / О. Ю. Нетёсова.— М, 2018. — 146 с.
- 16 Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. Э. Новиков. — М, 2018. — 184 с.
- 17 Озерцев, И.А. Архитектура предприятия: учебное пособие / И.А. Озерцев. - М, 2014. - 82 с.
- 18 Поляков В.П. Экономическая информатика : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. П. Поляков. — М, 2018. — 495 с.
- 19 Романова Ю.Д. Экономическая информатика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ю. Д. Романова. — М, 2017. — 293 с.
- 20 Трофимов В.В. Информационные технологии в экономике и управлении/ В. В. Трофимов. — М, 2018. — 482 с.
- 21 Тимереев, И.А. Методы и средства проектирование информационных систем / И.А. Тимереев. - М, 2014. - 226 с.
- 22 Черткова, Е. А. Компьютерные технологии обучения : учебник для вузов / Е. А. Черткова. — М, 2018. — 297 с.
- 23 Черткова, Е. А. Статистика. Автоматизация обработки информации : учебное пособие для вузов / Е. А. Черткова.— М, 2018. — 195 с.
- 24 Щербаков В.В. Логистика и управление цепями поставок / В. В. Щербаков. — М, 2017. — 582 с.
- 25 Яковлев, А.А. Электронный бизнес. Методы моделирования электронных площадок / А.А. Яковлев. - М, 2015. - 192 с.