

**Министерство культуры Ростовской области
ГУК РО «Донская государственная публичная библиотека»**



БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТ:

новые возможности для малого предпринимательства

Библиографический список литературы

**Ростов-на-Дону
2011**

91.9: 65.290
Б 543

Сост.: Л. А. Пастух
Ред.: Л. А. Баятова
Отв. за вып.:
Е. М. Колесникова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ И НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ	4
Законодательство Ростовской области	4
2. ЭЛЕКТРОННАЯ ЦИФРОВАЯ ПОДПИСЬ	6
3. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	7
Налогообложение электронной коммерции	12
4. ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В РОССИИ	13
5. ИНТЕРНЕТ-УСЛУГИ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	18
Финансовые и страховые услуги. Интернет-банкинг.	20
Интернет-маркетинг	22
Социальные сети как способ интернет-продвижения	25
6. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ ЗА РУБЕЖОМ	27
7. НЕОПУБЛИКОВАННЫЕ НАУЧНЫЕ РАБОТЫ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	29
8. ПОРТАЛЫ И САЙТЫ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	31
Электронные торговые площадки:	34
Списки и перечни торговых площадок	34
Сайты универсальных торговых площадок	35

1. Законодательные и нормативные документы

1. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд : федеральный закон от 21.07.2005 г. № 94-ФЗ : (ред. от 03.11.2010 г.) // СПС «Консультант Плюс».

2. О единой системе информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет : постановление Правительства РФ от 15.06.2009 г. № 478 : (ред. от 16.06.2010 г.) // СПС «Консультант Плюс».

Концепция единой системы информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Правила размещения в федеральных государственных информационных системах "Сводный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)" и "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)" сведений о государственных и муниципальных услугах (функциях)".

Законодательство Ростовской области

3. О внесении изменений в постановление Администрации Ростовской области от 02.12.2009 г. № 640 : постановление Администрации Ростовской области от 15.10.2010 г. № 249 // СПС «Консультант Плюс».

Областная долгосрочная целевая программа «Развитие и использование информационных и телекоммуникационных технологий в Ростовской области на 2010-2013 годы».

4. Об утверждении долгосрочной городской целевой программы "Развитие и использование информационных и коммуникационных технологий в городе Ростове-на-Дону на 2011-2013 годы :

постановление Администрации г. Ростова н/Д от 14.10.2010 г. № 783 // СПС «Консультант Плюс».

5. Об основных направлениях стратегического плана социально-экономического развития города Ростова-на-Дону на период до 2025 года : решение Ростовской-на-Дону городской Думы от 20.10.2009 г. № 625 // СПС «Консультант Плюс».

6. Нугаев Ш. Р. Проблемы правового регулирования электронной коммерции: доктринальные аспекты / Ш. Р. Нугаев // Российский юридический журнал. - 2010. - № 2(март-апрель). - С. 182-186.

Критический анализ того, как наиболее актуальные проблемы правового регулирования электронной коммерции рассматриваются в отечественной и западной научной периодике. Основные вопросы, которые еще предстоит решить, в том числе вопрос о саморегуляции виртуального сообщества.

7. Соболев И. А. Некоторые проблемы законодательной регламентации электронной коммерции в Российской Федерации / И. А. Соболев // Бизнес в законе. - 2010. - № 5. - С. 122-124.

Отдельные проблемные вопросы, возникающие в сфере электронной коммерческой деятельности при заключении сделок в сети Интернет. Проблема придания юридической силы документам, которыми обмениваются пользователи информационно-коммуникационных сетей при заключении гражданско-правовых сделок.

2. Электронная цифровая подпись

8. Об электронной цифровой подписи : федеральный закон от 10.01.2002 г. № 1-ФЗ : (ред. от 08.11.2007 г.) // СПС «Консультант Плюс».

9. Щёголева С. В. Юридические проблемы в Модельном законе «Об электронной цифровой подписи» / С. В. Щёголева // Бизнес в законе. - 2009. - № 5. - С. 218-220.

Анализ Модельного закона «Об электронной цифровой подписи» с указанием ряда положений, которые необходимо существенно переработать, чтобы они были встроены в национальные системы права, которые регулируют отношения в сфере электронного документооборота.

10. Идрисов И. Д. Особенности правового регулирования использования электронной подписи в международной предпринимательской деятельности / И. Д. Идрисов // Право и образование. - 2009. - № 5. - С. 88-93.

Правовое регулирование электронной коммерции, в частности, использование электронной подписи, как в России, так и в зарубежных странах. Анализ технологической и технологически нейтральной модели правового регулирования использования электронной подписи, предложения по изменению действующего законодательства.

11. Кулик Т. Правовые критерии допустимости электронной (цифровой) подписи / Т. Кулик // Хозяйство и право. - 2007. - № 5. - С. 114-116.

Международная практика использования электронных средств связи в сфере гражданского права. Правовые требования к применению электронной цифровой подписи. Регламентация деятельности удостоверяющих центров.

12. Малофеев С. О применении электронной цифровой подписи в электронном документообороте / С. Малофеев // Секретарское дело. - 2009. - № 7. - С. 24-29.

Электронная цифровая подпись - важный реквизит электронного документа. Законодательство в сфере электронного документооборота. Использование электронной цифровой подписи при совершении сделок, требующих удостоверения.

13. Удостоверяющий центр ekey.ru : электронная цифровая подпись [Электронный документ]. – Нижний Новгород, 2011. – Режим доступа: <http://ekey.ru/>, свободный.

Все необходимые операции по предоставлению и обслуживанию сертификатов электронной цифровой подписи (ЭЦП), обеспечивающих юридическую значимость электронных документов.

14. Фетисов К. А. Правовое регулирование применения технологий электронной подписи: краткий сравнительный анализ / К. А. Фетисов // Вопросы гуманитарных наук. - 2008. - № 4. - С. 32-34.

Защита юридически значимой информации как важное условие развития электронной торговли. Анализ международной практики правового регулирования электронной цифровой подписи: общие черты и различия. Создание сертифицирующих (удостоверяющих) центров и степень государственного контроля. Возможности использования Россией опыта зарубежных стран в правовом регулировании электронной цифровой подписи.

3. Электронная коммерция: особенности и перспективы развития

15. Алексунин В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : учеб. пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. - 3-е изд. – М. : Дашков и К^о, 2008. - 213 с. : ил.

Э 3.134.978

Маркетинг с использованием глобальной сети Интернет как основа электронного бизнеса. Вопросы взаимодействия участников электронного рынка, специфика электронных товаров и

информационных услуг Интернета, использование глобальной сети торговыми организациями как дополнительного канала распределения, новые возможности проведения маркетинговых исследований и юридическое обеспечение электронных сделок. Инструменты организации единого информационного пространства электронного бизнеса в глобальной сети: информационные системы маркетинга, среди которых торговые и платежные, туристские, образовательные, системы Интернет-трейдинга и банкинга, страхования, представленные в российской части сети.

16. Ахромов Я. В. Системы электронной коммерции : (практическое руководство) : учеб. пособие / Я. В. Ахромов. – М. : Оникс, 2007. - 410 с.

3.127.637

3.127.779

Принципы построения интернет-приложений на основе одной из самых передовых технологий Macromedia Flash MX/8 API (Application Programming Interface), создание интернет-магазина "под ключ". Вопросы поиска и построения базы данных; оценка usability-интерфейса; направления оптимизации проектов электронной коммерции, а также проектирования трехмерных приложений на основе исследования свойств матриц в свете программирования на языке ActionScript 2.0. Обоснование особенностей дизайна торговых систем электронной коммерции категории B2C.

17. Кобелев О. А. Электронная коммерция : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К^о, 2008. - 682 с.

Э 3.145.477

Роль и место электронной коммерции в современной экономике. Инструментарий и автоматизированные системы электронной коммерции. Применение криптосистем для создания электронно-цифровой подписи и защиты сообщений, передаваемых по электронной почте. Автоматизированные системы интерактивного информационного взаимодействия. Сущность интернет-маркетинга и его инструменты. Эффективность и безопасность электронной коммерции.

18. Нельзина О. Г. Информационные системы для электронной коммерции : учеб. пособие / О. Г. Нельзина. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 271 с. - (Высшее образование).

X 3156695

Д 3156696

Широкий круг вопросов, связанных с использованием электронной коммерции. История возникновения электронной коммерции как за рубежом, так и в России. Система электронной коммерции и организация продаж через интернет-магазины, методика защиты информации при совершении виртуальных покупок и продаж, правовыми основы в этой сфере.

19. Сибирская Е. В. Электронная коммерция : учебное пособие / Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. – М. : Форум, 2008. - 287 с.

Э 3.150.404

Основы электронного бизнеса с использованием глобальной сети Интернет. Сущность электронной коммерции и механизм ее реализации. Системы и формы электронной коммерции, методы организации технологического процесса on-line-торговли, основные способы оплаты товаров и услуг и электронные платежные средства. Организационные и правовые основы электронной коммерции.

20. Каргина Л. А. Перспективы развития сектора В-2-С электронной коммерции в России / Л. А. Каргина // Транспортное дело России. - 2009. - № 10. - С. 40-41.

Вопросы, связанные с электронной торговлей в секторе «бизнес-потребитель», плюсы и минусы развития этой сферы, ее перспективы и тенденции.

21. Комаров Н. М. Особенности и перспективы развития электронного рынка В-2-В-услуг / Н. М. Комаров // Маркетинг услуг. - 2010. - № 2. - С. 128-139.

Актуальные вопросы развития отечественного электронного бизнеса в секторе в-2-в. Современное состояние и основные проблемы рынка в-2-в-услуг в российском интернет-пространстве: необходимость создания крупными компаниями электронных рынков

для привлечения в данный бизнес малых и средних предприятий, а также организация их интерактивного взаимодействия с государственными органами.

22. Макаров В. В. Развитие интернет-коммерции / В. В. Макаров, Ю. О. Колотов // Экономический анализ: теория и практика.-2009. - № 26. - С. 60-64.

Становление новых форм финансовых услуг, реализуемых через различные коммуникационные каналы в процессе интеграции инфокоммуникационного и финансового рынков. Развитие в рамках электронной коммерции интернет-коммерции, состоящей из трех основных сегментов: интернет-торговля, интернет-банкинг и интернет-трейдинг. Различные аспекты развития интернет-коммерции с учетом тарифной политики, технологических перспектив развития. Анализ возможности применения интернета не только на финансовых рынках, но и в сфере рекламы, оказания медицинских услуг.

23. Макарова Е. М. Понятие и виды предпринимательских отношений, связанных с использованием Интернета. Электронная торговля / Е. М. Макарова // Законы России: опыт, анализ, практика. - 2007. - № 8. - С. 102-105.

Предпринимательские правоотношения, связанные с использованием Интернет. Разграничения понятий «электронная коммерция» и «электронная торговля». Проблемы законодательного обеспечения электронной торговли.

24. Овчаренко В. В. О проблемах развития электронной торговли в России / В. В. Овчаренко // Вопросы статистики. - 2007. - № 1. - С. 61-64.

Предпосылки для развития электронной коммерции в России. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции. Анализ рынка информационных и коммуникационных технологий и доля России на этом рынке. Объем российского рынка электронной торговли по данным Национальной ассоциации участников электронной торговли. Тенденции развития российского рынка электронной коммерции.

25. Панкина Т. В. Электронная коммерция и электронная торговля: подходы к классификации / Т. В. Панкина // Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. - 2008. - № 5. - С. 80-84.

Уточнение понятийного аппарата в области электронной коммерции и электронного бизнеса, а также классификация бизнес-моделей электронной торговли, отражающая основные особенности этого направления электронной коммерции.

26. Салбер А. Перспективы развития рынка электронной коммерции [Электронный документ] / А. Салбер // Интернет-продажи 2:0 – все о создании бизнеса и продажи онлайн. – Режим доступа: <http://www.internetsales.ru/content/parspektiv-electronnoi-commerci>.

Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в России. Перспективы увеличения объема рынка электронной коммерции. Примеры анализа информации, содержащейся на региональных ресурсах, для расширения потенциальной аудитории потребителей продуктов и услуг.

27. Сидорова О. В. Электронный бизнес в современной экономике / О. В. Сидорова // Проблемы современной экономики. - 2010. - № 2. - С. 51-54.

Понятие электронного бизнеса, его функциональность и значение для современной экономики, основные вопросы динамично развивающейся электронной коммерции, ключевые моменты ее специфики. Проблемы ведения Интернет-бизнеса в России, его формы и инструменты, анализ функциональных моделей основных секторов электронной торговли.

28. Тедеев А. А. Наши сети : к вопросу о сущности электронной коммерции / А. А. Тедеев // Российское предпринимательство. - 2008. - № 8, вып. 1. - С. 153-158.

Возможности глобальной сети для осуществления экономической деятельности. Необходимость единообразного толкования основных понятий рассматриваемой сферы ("электронная коммерция", "электронный документооборот", "электронная система платежей", "электронная торговля") для обеспечения правового регулирования электронного сегмента российской экономики.

29. Тедеев А. А. Новые сферы электронной коммерции: проблемы формирования и классификации / А. А. Тедеев // Проблемы современной экономики. - 2008. - № 3. - С. 171-175.

Различные критерии выявления новых формирующихся видов и сфер электронной экономической деятельности. Особенности электронной деятельности в зависимости от ее функционально-производственных и экономических признаков, степени легальности такой деятельности, юрисдикции и субъектного состава участников электронной экономической деятельности.

30. Тедеев А. А. Электронное государственное предпринимательство как вид электронной коммерции и его развитие в РФ / А. А. Тедеев // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. - 2008. - № 4. - С. 115-117.

Электронное государственное предпринимательство как форма государственного регулирования электронной экономики и государственного вмешательства в экономику в целом. Проблемы государственного предпринимательства. Основные цели электронного экономического предпринимательства.

Налогообложение электронной коммерции

31. Мелешенко И. П. Специфика налогообложения электронной коммерции / И. П. Мелешенко // Налоги. - 2007. - № 6. - С. 11-14.

Проблемы налогообложения торговых операций, совершенных с использованием сети Интернет. Признаки, отличающие электронную коммерцию от обычной: отсутствие географических границ в Интернете, исключение посредников из электронной коммерции, анонимность участников электронной коммерции.

32. Огородникова И. И. Развитие бизнеса в сети Интернет: налоговый аспект / И. И. Огородникова // Вестник Тюменского государственного университета. - 2010. - № 4. - С. 129-135.

Проблемы и особенности взимания налогов в виртуальном бизнесе.

33. Тедеев А. А. Налогообложение в электронной коммерции / А. А. Тедеев // ЭКО. - 2008. - № 8. - С. 163-166.

Пробелы правового регулирования электронной коммерческой деятельности и проблемы создания механизма налогообложения в этой сфере.

34. Хуснетдинов Р. Е. Налог на добавленную стоимость в сфере электронной предпринимательской деятельности в России и Европе / Р. Е. Хуснетдинов // Экономика. Налоги. Право. - 2010. - № 5. - С. 110-116.

Опыт Европейского Союза (ЕС) по налогообложению реализации услуг в сфере электронной предпринимательской деятельности в части НДС. Анализ основных изменений, касающихся НДС на территории ЕС, вступивших в силу с начала 2010 года. Несовершенство налогового законодательства, в том числе Главы 21 НК РФ, в данной сфере. Меры по совершенствованию обложения НДС реализации электронных услуг.

4. Интернет-торговля в России

35. Салбер А. Как открыть интернет-магазин? / Алена Салбер. - 2-е изд., испр. – М. : Smart Book, 2010. - 315 с.

Е 3.182.157

Создание бизнеса без начального капитала: как самим зарегистрировать предприятие и какую форму выбрать, как создать и раскрутить веб-сайт с минимальными вложениями, как оптимально организовать бухгалтерский учет, как договориться с поставщиками на выгодных для Вас условиях, как организовать доставку товаров по всей России, как выжать максимум из рекламных акций и спецпредложений, как получить преимущество перед конкурентами, как организовать процесс оплаты прямо на сайте, как правильно построить все бизнес-процессы, как сократить издержки и накладные расходы, как обеспечить безопасность бизнеса, как извлечь из интернет-магазина максимальную прибыль.

36. Экслер А. OZON. ru. История успешного интернет-бизнеса в России / Алекс Экслер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. - 203 с. : ил.

Появление и развитие одной из самых известных Интернет-компаний OZON.RU, с 1998 года и до сих пор удерживающего пальму первенства среди Интернет-магазинов.

37. Агафонова М. В. Услуги интернет-торговли в России: тенденции развития рынка / М. В. Агафонова // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 2. - С. 74-82

Обобщенная оценка сегодняшнего состояния, развития и тенденций рынка электронной торговли в России.

38. Боаг П. Уроки фандрейзера : как подтолкнуть посетителей сайта к нужным действиям / П. Боаг // Маркетолог. - 2010. - № 6. - С. 18-21.

Самые эффективные тактики для владельцев интернет-магазинов: переключение внимания пользователей и умение задавать направление их действиям на сайте. Секретные приемы благотворительных организаций.

39. Вахитов Я. B2B-площадки [Электронный документ] / Я. Вахитов // Банкир.Ру : профессиональный финансовый портал. – М., 2011. – Режим доступа: <http://bankir.ru/technology/article/1372950>.

Виды электронных торговых площадок. B2B-сервисы, риски. Обзор B2B-площадок. Тенденции B2B-рынка. Тарифы B2B-площадок – iTenders, Alko-online, Medprom.

40. Горина Т. В. Доставка товаров как основная проблема развития электронных магазинов / Т. В Горина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2008. - № 4. - С. 55-60.

Проблемы электронной торговли в России. Различные способы доставки товара, совершенствование технологии доставки. Анализ деятельности электронных магазинов в сети Интернет. Проблемы правового регулирования электронной торговли.

41. Горшков Т. Увеличить продажи магазина, открыв точку в Интернете / Т. Горшков // Современная торговля. - 2010. - № 5. - С. 36-40.

Условия и принципы организации, технология запуска и открытия интернет-магазина с целью повышения эффективности торгового бизнеса.

42. Данишевская О. Г. Путь лидера онлайн-продаж : ключевые правила создания "продающего" интернет-магазина / О. Г. Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2011. - № 1. - С. 8-24.

Основные тенденции развития рынка электронной коммерции. Основные этапы анализа интернет-магазина: ключевые параметры и характеристики.

43. Дашкевич Н. Роль торговых интернет-площадок в расширении сферы бизнеса / Н. Дашкевич // Маркетинг: идеи и технологии. - 2010. - № 9. - С. 42-44.

Торговая интернет-площадка как инструмент маркетинговых исследований. Типы виртуальных торговых площадок. Провайдеры решений в области электронной коммерции. Основные модели организации торговых интернет-площадок. Риски при создании торговых интернет-площадок.

44. Дрик В. Электронная торговля. Рынок, сбитый с толку / В. Дрик // Маркетинг: идеи и технологии. - 2010. - № 8. - С. 69-74.

Использование Интернета для наиболее оперативного распространения информации об услуге, чем посредством каких-либо других маркетинговых каналов; для значительного снижения транзакционных издержек по сравнению с другими каналами распределения; обеспечения реальной доступности товаров в течение 7 дней в неделю и 24 часов в сутки; налаживания долгосрочных отношений с клиентами.

45. Козлов А. В. Особенности развития электронной торговли в России / А. В. Козлов // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - 2010. - № 12. - С. 62-65.

Роль, значение и характеристика современного состояния электронной торговли (ЭТ) в российской экономике на основе анализа динамики основных показателей. Исследование актуальных проблем развития электронной торговли в современных условиях и направлений их решения.

46. Конюхова Ю. А. Направления повышения эффективности электронной торговли / Ю. А. Конюхова // Российский внешнеэкономический вестник. - 2008. - № 3. - С. 10-24.

Развитие электронной торговли и повышение эффективности в зарубежных странах: правовые основы. Оценка эффекта от внедрения проекта электронной торговли. Возможности Интернет, предоставляемые бизнесу: передача информации о своей продукции и приглашения к сотрудничеству. Основные функции электронной коммерции: реклама, представление товара, проведение покупки, послепродажное обслуживание, налаживание долгосрочных отношений с клиентом. Перспективы расширения применения Интернет-технологий в коммерческой деятельности.

47. Кутейников А. А. Помогайте покупать, а не продавайте. Как превратить ваш сайт в инструмент продаж / А. А. Кутейников // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 4. - С. 198-202.

Результаты исследования эффективности сайтов производителей бытовой техники и электроники.

48. Куценко С. В. С "мышью" на диване : Интернет-посредничество / С. В. Куценко // Российское предпринимательство. - 2007. - № 9, вып. 1. - С. 100-104.

Объем розничной торговли через Интернет в России и в США. Преимущества и недостатки Интернет-посредничества в сфере электронной торговли.

49. Леонов А. Интернет-магазин в аренду : как сделать правильный выбор / А. Леонов // Современная торговля. - 2009. - № 3. - С. 40-43.

Особенности и преимущества успешной работы интернет-магазинов на арендуемой системе.

50. Леонов А. Тенденции российской электронной торговли / А. Леонов // Современная торговля. - 2009. - № 3. - С. 36-39.

Возможные пути и тенденции развития рынка электронной торговли в период экономического и финансового кризиса.

51. Пащук А. Счастье в коробке / А. Пащук // Свой бизнес. - 2010. - № 9. - С. 30-35.

Принципы работы интернет-магазина Zappos, специализирующегося на продаже обуви. Безупречный сервис как главное конкурентное преимущество бренда Zappos.

52. Севостьянов И. О. Организация качественного обслуживания посетителя сайта / И. О. Севостьянов // Интернет-маркетинг. - 2010. - № 1. - С. 2-6.

Метод оценки качества обслуживания посетителей сайтов - так называемый аудит служб заказчика.

53. Трефилов Д. Н. Проведение электронного аукциона на электронной торговой площадке / Д. Н. Трефилов // Справочник экономиста. - 2008. - № 11. - С. 63-66.

Реализация электронных аукционных процедур на примере программного продукта "Госзакупки".

54. Фирсов М. В. Перспективы, последствия и бизнес-процессы развития интернет-торговли в России / М. В. Фирсов // Практический маркетинг. - 2010. - № 4. - С. 20-22.

Анализ и прогноз развития розничной и интернет-торговли в России. Концепция построения и описание бизнес-процессов успешных торговых предприятий будущего.

55. Шердани А. Анализ экономической эффективности интернет-магазинов. Критерий Шердани / А. Шердани // Интернет-маркетинг. - 2008. - № 2. - С. 98-109.

Метод комплексного анализа и сравнения экономической эффективности интернет-магазинов, способ прогнозирования их развития. Понятие "критерия Шердани" - показателя экономической эффективности.

56. Шпак А. Вторая жизнь в Сети / А. Шпак // Свой бизнес. - 2010. - № 4. - С. 32-35.

Создание и современная стратегия интернет-магазина Доставка. ру.

57. Электронные торговые площадки: большие перспективы для малого бизнеса [Электронный документ] // Международная торговая

площадка b2b-club.ru. – Режим доступа: <http://www.b2b-club.ru/articles/marketplaces-big-advances-for-small-business>.

Преимущества площадок B2B: доступ к рынку для всех компаний, вне зависимости от их размера и сферы деятельности.

58. Электронные торговые площадки: обзор рынка [Электронный документ] / Консалтинг-центр «ШАГ» // b2bblogger : журнал по B2B маркетингу. – Николаев, 2011. – Режим доступа: <http://b2bblogger.com/articles/review/98.html>.

Виды электронных торговых площадок. Модели работы электронных торговых площадок. Динамика российского рынка B2B. Специфические российские проблемы развития электронных торговых площадок.

59. Янкив М. В Интернет-торговле главное - четко следовать выбранной стратегии / М. Янкив, П. Черевков // Рекламодатель: теория и практика. - 2010. - № 8. - С. 77-87.

Вопросы, которые следует решить новичкам, прежде чем открыть Интернет-магазин: как это работает на самом деле; с чего начать в интернет-торговле: с разработки сайта или выбора стратегии, с определения ассортимента или рекламного бюджета, суммы инвестиций или ценовой политики; как управлять интернет-магазином; как его развивать; подойдет ли вам этот бизнес.

5. Интернет-услуги для малого бизнеса

60. Интернет-технологии в экономике знаний : учебник / Н. М. Абдикеев [и др.] ; под науч. ред. Н. М. Абдикеева. – М. : Инфра-М, 2010. - 447 с. : ил. - (Серия учебников для программы MBA «Master of Business Administration»).

Э 3.170.966

Е 3.171.000

Роль интернет-технологий в современном бизнесе. Рассматриваемые темы: корпоративные веб-сайты и порталы, электронный бизнес и электронный маркетинг, интернет-трейдинг, ИС с веб-интерфейсом, безопасность интернет-технологий. Экономические аспекты интернет-технологий.

61. Захаров А. Новые сервисы в интернет-рекрутинге - секрет успеха / А. Захаров // Управление персоналом. - 2010. - № 12. - С. 66-69.

Факторы успешного развития компании SuperJob. ru.

62. Килобитов Г. Факс через Интернет. Сеть поможет «договориться» с клиентами-ретроgrадами / Г. Килобитов // Город N. - 2010. - 23 февр. (№ 6). - С. 23.

Несмотря на наличие электронной почты, некоторые компании до сих пор используют в документообороте факсимильную связь. Если у вас давно нет факса, на помощь придут интернет-сервисы, позволяющие отправлять факсы без факс-машины. Зарегистрировавшись в сервисе www.virtualofficetools.ru, вы получаете виртуальный телефонный номер с виртуальной факс-машиной. Это позволит вам всего за несколько рублей отправлять факсы через интернет в любую точку мира.

63. Лысов Д. Некоторые решения кажутся фантастикой / Д. Лысов // Город N. - 2010. - 22 июня (№ 23). - С. 7.

Развитие B2B-сектора телекоммуникационного рынка услуг на примере оператора связи ОАО «Мобильные телесистемы» (МТС). Широкий выбор гибких сервисов для B2B-сегмента: голосовые услуги, передача данных. Перспективы роста телекоммуникационного рынка: M2M (machine-to-machine).

64. Мартынов С. А. Для чего нужен интернет-аудит? / С. А. Мартынов ; беседовала И. Чернавская // Управление персоналом. - 2010. - № 11. - С. 46-47.

Беседа с техническим директором компании Notamedia о разработке интернет-продуктов для бизнеса. Стоимость услуг по аудиту Интернет-проекта. Оценка положения проекта в конкурентной среде Интернета: целевая аудитория, посещаемость, позиции в поисковых системах – в сравнении с сайтами-конкурентами. Оценка характеристик безопасности и технических параметров.

65. Севостьянов И. О. Организация качественного обслуживания посетителя сайта. // Интернет-маркетинг. - 2010. - № 1. - С. 2-6.

Метод оценки качества обслуживания посетителей сайтов - так называемый аудит служб заказчика.

66. Сиренко А. В. Правовое регулирование оказания юридических услуг через Интернет / А. В. Сиренко // Право и экономика. - 2010. - № 1. - С. 13-14.

Необходимость создания участниками рынка юридических услуг единого центра в сети "Интернет", на базе которого смогут быть выработаны обычаи делового оборота, которые, в свою очередь, и предопределяют правовое регулирование рынка юридических услуг, оказываемых через Интернет.

67. Стрелков Ф. А. Особенности развития российского рынка интернет-услуг в современных условиях / Ф. А. Стрелков // Аудит и финансовый анализ. - 2010. - № 2. - С. 429-432.

Роль и значение рынка интернет-услуг в современной экономике, особенности его развития на примере сектора интернет-торговли. Исследование возможностей интернет-технологий, которые позволяют компаниям повышать эффективность своей деятельности.

68. Шукалова Е. В. Веб-сайт для компании малого бизнеса: как избежать ошибок / Е. В. Шукалова // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 2. - С. 66-73.

Анализ ошибок, которые часто совершают руководители компаний при создании веб-сайта компании, что приводит к подрыву доверия к Интернету и ввергает компанию в необоснованные финансовые траты. Особенно актуальна эта проблема для малого и среднего бизнеса. Некоторые тонкости веб-технологий, которые обязан знать современный руководитель. Практические рекомендации, позволяющие избежать ошибок.

Финансовые и страховые услуги. Интернет-банкинг.

69. Гацмен А. Д. Обзор платежных систем для B2B [Электронный документ] / А. Д. Гацмен // Intersoft Lab. - М., 2011. - Режим доступа: <http://www.iso.ru/journal/articles/107.html>.

Основные платежные возможности систем для B2B и популярные поставщики подобных решений.

70. Жучкова М. Электронная коммерция в страховании / М. Жучкова // Современные страховые технологии. - 2007. - № 2. - С. 21-30.

Интернет как эффективный канал продаж и продвижения страховых продуктов. Продажа страховых услуг через виртуальные магазины.

71. Иванов С. Перспективы платежных систем на рынке B2B России [Электронный документ] / С. Иванов // Интернет-издание о высоких технологиях. – М., 2011. – Режим доступа: <http://rnd.cnews.ru/reviews/free/finance/pay/b2b.shtml>.

Факторы развития расчетных систем для B2B коммерции. Западный опыт использования электронных расчетов. Возможные механизмы расчетов для B2B коммерции: законодательная база систем электронных расчетов в России, системы обеспечения расчетов в B2B коммерции, системы дистанционного банковского обслуживания (ДБО), обеспечение гарантий исполнения сделок на электронных торговых площадках (ЭТП), небанковские системы проведения расчетов.

72. Казанский А. В. Электронная коммерция и финансовые услуги: перспективы взаимодействия / А. В. Казанский // Финансы и кредит. - 2009. - № 3. - С. 24-30.

Развитие электронной коммерции и ее влияние на расширение спектра банковских услуг, оказываемых дистанционно. Изменение структуры финансового рынка благодаря развитию электронной коммерции, неуклонное проникновение интерактивного способа взаимодействия между клиентами и организациями на рынок банковских услуг, новые формы конкуренции между банками и небанковскими организациями на рынке кредитных и расчетно-кассовых услуг. Классификация дистанционного обслуживания клиентов в зависимости от режима (off-line, on-line), а также систематизация основных предпосылок преимущественного использования Интернета как инструмента дистанционного банковского обслуживания.

73. Килобитов Г. Виртуальный банкомат / Г. Килобитов // Город N. - 2010. - 13 июля (№ 26). - С. 15.

Новый сервис-посредник safedeal.ru, сводящий к минимуму риски обеих сторон, поможет повысить безопасность сделок в Интернете. Важные особенности сервиса: заключенный при его «посредничестве» договор имеет юридическую силу, менеджеры контролируют все переводы денег и условия соглашения. Сервис будет полезен фрилансерам и работодателям, любой компании, заказывающей услуги или приобретающей товары в сети.

74. Москаленко А. Банки накликали клиентов / А. Москаленко // Профиль. - 2011. - № 5. - С. 48-50.

Бурный рост Интернет-банкинга в России. Дистанционное обслуживание как способ снижения издержек банка и увеличения удобства для клиентов.

75. Ревенков П. В. Электронный банкинг: отдельные компоненты правового риска / П. В. Ревенков // Банковские услуги. - 2010. - № 4. - С. 35-39.

Преимущества систем электронного банкинга и дополнительные источники банковских рисков, связанные с использованием данной технологии в российских коммерческих банках. Основные источники правового риска, которые могут возникать в банках в связи с использованием систем электронного банкинга.

76. Тедеев А. А. О проблемах и перспективах развития электронной банковской деятельности (интернет-банкинга) в России / А. А. Тедеев // Финансы и кредит. - 2010. - № 33. - С. 55-58.

Развитие интернет-банкинга: проблемы и перспективы. Услуги системы интернет-банкинга: полный набор банковских услуг физическим лицам в офисах кредитных организаций, за исключением операций и сделок с наличными денежными средствами

Интернет-маркетинг

77. Акулич И. Концепция интернет-маркетинга / И. Акулич, В. Голик // Наука и инновации. - 2010. - № 2. - С. 62-66.

Определение понятия интернет-маркетинга в свете анализа существующих публикаций по указанной тематике и обобщения полученных результатов. Принципы формирования концепции интернет-маркетинга. Интернет-аудитория, комплекс маркетинга. Новые возможности интернет-маркетинга. Первичные маркетинговые исследования. Коммуникационная политика на интернет-рынке.

78. Газани Бондо Эвлин Корин Основы интернет-маркетинга / Газани Б. Э. К. // Перспективы науки. - 2010. - № 3. - С. 110-113.

Процессы внедрения новых информационных технологий и их влияние на все сферы деятельности отдельного предприятия и экономики в целом. Формирование нового экономического пространства - нового рынка. Увеличение числа компаний, разрабатывающих для поддержания бизнеса интернет-стратегии.

79. Горобинский М. О. Основные тренды в региональном интернет-продвижении / М. О. Горобинский // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 6. - С. 376-379.

Интернет-продвижение сайтов предприятий среднего и малого бизнеса в регионах. Региональное таргетирование крупных федеральных площадок. Оптимизация региональных площадок под рекламные задачи. Развитие рынка нестандартных коммуникаций (в сетях Web 2. 0).

80. Горчаков А. По следу потребителя / А. Горчаков // Профиль. - 2010. - № 19. - С. 42-43.

Развитие цифровых технологий требует от участников рекламного рынка новых подходов, ведь Интернет и социальные сети дают возможность наладить постоянный контакт с потенциальным покупателем.

81. Данишевская О. Г. Особенности поведения пользователей в Интернете. Где и как размещать рекламу? / О. Г. Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 6. - С. 352-368.

Учет особенностей поведения интернет-пользователей значительно повышает эффективность рекламной кампании и любого другого вложения денежных средств в Интернет. Модели

*поведения пользователей при работе с поисковыми системами.
Правила размещения текста в Интернете.*

82. Иванчина Ю. С. Планирование и оценка эффективности контекстных рекламных кампаний для интернет-магазинов / Ю. С. Иванчина, Е. А. Семенова // Интернет-маркетинг. - 2007. - N 1. - С. 34-42.

Рост продаж и узнаваемости интернет-магазинов с помощью контекстной рекламы.

83. Казарьян К. Р. Мини-сайты и виртуальные визитки как центр клиентских коммуникаций / К. Р. Казарьян // Интернет-маркетинг. - 2008. - № 4. - С. 214-218.

Представителям малого и среднего бизнеса виртуальные визитки и мини-сайты позволяют значительно повысить эффективность использования контекстной рекламы, снизить издержки и улучшить коммуникации с клиентами.

84. Кудашкина Т. Волновая теория маркетинга, или "Сарафанное радио" как основа бизнес - модели / Т. Кудашкина // PR в России. - 2009. - № 10. - С. 2-4.

Способы привлечения клиентов и приобретение значимых связей для успеха компании с помощью работы "сарафанного радио".

85. Матвеев В. Ю. Современные проблемы развития рынка интернет-рекламы / В. Ю. Матвеев // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. - 2010. - № 124. - С. 124-127.

Теоретико-методологические подходы к определению проблем рынка интернет-рекламы и вариант их решения.

86. Сурков С. А. Применение различных социально-экономических подходов для анализа проблем интернет-маркетинга / С. А. Сурков // Интернет-маркетинг. - 2007. - № 1. - С. 26-32.

Определение полезности применения социально-психологических подходов в интернет-маркетинге. Факторы, влияющие на взаимодействие продавца и покупателя через Интернет.

87. Тейлор М. Интернет-маркетинг: вопросы проектирования навигации по веб-сайту / М. Тэйлор, Д. Инглэнд // Интернет-маркетинг. - 2007. - № 1. - С. 44-52.

Вопросы проектирования навигации по веб-сайту с учетом потребностей интернет-маркетинга. Применение ранжирования и группировки материалов с целью проектирования ресурса, предлагающего простой доступ к информации и операциям потребителей и увеличивающего текущие продажи и будущие повторные сделки.

88. Фертова В. В. Реклама и продвижение в Интернете: выбор каналов, оценка эффективности / В. В. Фертова // Интернет-маркетинг. - 2010. - № 6. - С. 368-385.

Основные методики создания рекламных кампаний в Сети, детальное описание различных каналов интернет-продвижения и средств замеров ключевых показателей. Подбор стратегии продвижения товаров и услуг на некоторых рынках.

89. Харлампиева С. С. Составление рекламного плана в составе бизнес-плана при старте частного бизнеса / С. С. Харлампиева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2009. - № 1. - С. 76-84.

Основные приемы рекламы, ее эффективность и особенности применения для получения инвестиций в кризисной ситуации. Основные правила составления рекламного плана, как части бизнес-плана предприятия, для эффективной организации рекламной кампании.

Социальные сети как способ интернет-продвижения

90. Авдулова К. Н. Социальная сеть Facebook как платформа для интернет-рекламы / К. Н. Авдулова // Интернет-маркетинг. - 2010. - № 3. - С. 130-144.

Особенности рекламы в социальной сети Facebook. Практические советы, которые рекламодатели могут использовать для повышения эффективности кампаний в этой социальной сети.

91. Варлыгина З. В. Социальные сети как инструмент маркетинга / З. В. Варлыгина // Интернет-маркетинг. - 2008. - № 3. - С. 130-136.

Способы применения социальных сетей в коммуникационной политике фирмы. Общетеоретические виртуальные сети и алгоритм поведения маркетолога в социальных сетях.

92. Гладков Ф. С. Достучаться до блогосферы / Ф. С. Гладков // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 4. - С. 210-215.

Новый способ продвижения продуктов в блогосфере и социальных сетях - виджеты. Основы создания виджетов, их виды, принцип работы, особенности, а также факторы успеха.

93. Кузнецов С. Ю. Социальные среды: продвижение бренда на нескольких площадках / С. Ю. Кузнецов // Интернет-маркетинг. - 2009. - № 3. - С. 154-157.

Способы продвижения бренда на нескольких площадках - совмещение сайта и нескольких групп или сообществ в блогах, социальных сетях.

94. Рабченко И. С. Реклама в блогах. Продвижение по-новому / И. С. Рабченко // Интернет-маркетинг. - 2008. - № 5. - С. 306-313.

Реклама в блогосфере как новаторский способ продвижения товаров и брендов. Удачные российские проекты в блогосфере, оценка затрат на их проведение. Возможность ознакомления с кейсом по продвижению интернет-магазина в блогах.

95. Розов И. Е. Одиночество в социальной сети. Семь приемов для создания эффективной рекламной кампании в социальных сетях / И. Е. Розов // Интернет-маркетинг. - 2010. - № 5. - С. 302-306.

Исследование влияния новых медиа на современное общество. Семь приемов digital-маркетинга, применяемых в построении эффективных рекламных кампаний в социальных сетях.

6. Электронная коммерция за рубежом

96. Денисов И. А. Социальные медиа как среда для продвижения и развития бизнеса. Опыт Запада / И. А. Денисов // Интернет-маркетинг. - 2008. - № 5. - С. 294-304.

Особенности взаимодействия бизнеса и потребителей в условиях доминирования социальных медиа в Интернете. Наиболее явные примеры успехов и неудач крупных западных компаний в области продвижения продуктов и услуг в социальных сетях. Анализ опыта создания организациями собственных социальных сетей и сайтов для взаимодействия с потребителями: достоинства и недостатки использования сторонних социальных сетей в продвижении бизнеса.

97. Кметь Е. Последние тенденции развития рынка электронной коммерции Китая / Е. Кметь // Проблемы теории и практики управления. - 2010. - № 9. - С. 55-65.

Механизм оценки уровня развития электронной коммерции Китая, включая анализ основных детерминантов развития, субъектов (участников) и объектов, моделей и процессов. Оценка и последние тенденции развития рынка электронной коммерции Китая на конец 2009 г.

98. Ли Фэн Оценка современного состояния и развития электронной коммерции в Китае / Ли Фэн // Микроэкономика. - 2010. - № 4. - С. 115-118.

Анализ статистических данных и описание основных тенденций формирования рынка электронной коммерции в Китае. Меры, предпринимаемые правительством Китая для развития электронной коммерции в стране.

99. Мхитарян А. Г. Правовой режим электронной цифровой подписи и порядок ее проверки: опыт США и Европейского Союза / А. Г. Мхитарян // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. - 2008. - № 1. - С. 99-104.

Анализ нормативно-правовой базы США и Европейского союза о пределах допустимости электронной формы сделок.

Законодательное закрепление понятий «электронная подпись» и «цифровая подпись». Правовой режим электронной цифровой подписи США и Европейского союза.

100. Пиковер А. В. Интернет и развитие электронной торговли в КНР / А. В. Пиковер // Проблемы Дальнего Востока. - 2009. - № 1. - С. 45-57.

Специфика формирования и развития электронной торговли (e-Commerce) в КНР. Возможности и методы электронной торговли для интенсификации развития страны, всесторонней модернизации всех сторон общественного устройства.

101. Развитие электронной коммерции : [реферат] // Экономика и управление в зарубежных странах. - 2010. - № 5. - С. 3-11 : 5 табл.

Об особенностях возникновения и интенсивности распространения электронной коммерции в разных странах, вариантах коммерческого использования сетевых ресурсов, влиянию электронной коммерции как онлайн-ом, так и офлайн-ом сегменте экономики.

102. Савинов Ю. А. Интернет-аукционы в международной торговле / Ю. А. Савинов, М. О. Алымов // Российский внешнеэкономический вестник. - 2010. - № 4. - С. 33-44.

Процесс развития аукционной торговли, приход аукционов в интернет, текущее состояние и тенденции онлайн-торгов. Анализ годовых финансовых отчетов компаний, статистика крупнейших порталов, а также статьи СМИ и пользовательские соглашения сервисов интернет-торгов.

103. Стрелец И. А. Обменные сделки в условиях электронной коммерции / И. А. Стрелец // Мировая экономика и международные отношения. - 2009. - № 4. - С. 56-62.

Особенности возникновения и интенсивность распространения электронной коммерции в разных странах мира.

104. Фролова Л. В. Правовые проблемы налогообложения субъектов электронной предпринимательской деятельности / Л. В. Фролова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2009. - № 4. - С. 179-182.

Электронная коммерция как новый, динамично развивающийся вид предпринимательской деятельности. Актуальные проблемы исследований в области налогообложения субъектов электронной коммерции. Анализ опыта ведущих, экономически развитых стран в области правового регулирования электронной коммерции (опыт Соединенных Штатов Америки и стран Европейского Союза). Предложена законодательная стратегия, которая способствовала бы интеграции электронной коммерции в глобальный и открытый рынок и восприятию характерных для такого рынка универсальных правил.

7. Неопубликованные научные работы по электронной коммерции

105. Балыбердин Е. В. Современные формы организации электронной коммерции в России : (на примере разработки и реализации проекта интернет-магазина) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Балыбердин Евгений Владимирович. – М., 2003. - 151 с.

106. Вишнякова С. С. Формирование сферы электронных услуг в России : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Вишнякова Светлана Сергеевна. – М., 2007. - 187 с.

107. Воронин Я. М. Развитие интернет-рекламы в системе электронной коммерции : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Воронин Ярослав Михайлович; [Место защиты: Белгород. ун-т потреб. кооп.], - Белгород, 2008. - 207 с.

108. Гаврилова О. А. Интернет-банкинг в системе сетевых финансовых отношений : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / Гаврилова Оксана Александровна; [Место защиты: Волгогр. гос. ун-т]. - Волгоград, 2008. - 209 с. : ил.

109. Калинин В. В. Особенности организации и управления Интернет-проектами малых предприятий сферы торговли : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Калинин Виктор Викторович; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. – М., 2005. - 192 с.

110. Копачев А. А. Электронная коммерция как фактор инновационного развития деятельности предприятия : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Копачев Александр Александрович; [Место защиты: С.-Петерб. гос. инженер.-эконом. ун-т]. - Санкт-Петербург, 2009. - 176 с.
111. Косарев А. С. Проблемы правового регулирования сделок в сфере электронной коммерции : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Косарев Антон Сергеевич; [Место защиты: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ]. – М., 2010. - 159 с.
112. Лобазов А. С. Методика оценки эффективности инвестиционных вложений в создание систем интернет-банкинга : дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.13 / Лобазов Андрей Сергеевич; [Место защиты: Всерос. науч.-исслед. ин-т проблем вычислит. техники и информатизации]. - М., 2008. – 122 с.
113. Мазаев С. В. Управление организацией работы малых предприятий на основе использования компьютерных и информационных технологий : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Мазаев Сергей Викторович; [Место защиты: Моск. гос. техн. ун-т (МАМИ)]. – М., 2007. - 174 с.
114. Макарова Е. М. Проблемы правового регулирования использования интернета в предпринимательской деятельности : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Макарова Елизавета Михайловна; [Место защиты: Моск. гос. юрид. акад.]. – М., 2007. - 150 с.
115. Медведева А. В. Электронная коммерция в предпринимательской деятельности : дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.05 / Медведева Алла Владимировна. – М., 2004. - 148 с.
116. Медведская Т. К. Интернет-банкинг в системе дистанционного банковского обслуживания в РФ : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / Медведская Татьяна Константиновна. - Ростов-на-Дону, 2006. - 172 с.

117. Миненкова Н. В. Международно-правовое и национально-правовое регулирование электронной торговли: дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Миненкова Наталья Владимировна. - М., 2009. - 224 с.

118. Мочёнов В. Ю. Правовое регулирование электронной коммерции : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Мочёнов Владимир Юрьевич. – М., 2006. – 175 с.

119. Никитина И. В. Формирование спроса на рынке электронной коммерции : дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.01 / Никитина Ирина Владимировна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова]. – М., 2008. - 126 с.

120. Самойлов А. М. Электронная коммерция в системе современного бизнеса : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05, 08.00.14 / Самойлов Алексей Михайлович. – М., 2004. - 164 с. : ил.

121. Тавридович С. А. Оптимизация WEB-сайта интернет-магазина с использованием генетического алгоритма : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Тавридович Станислав Александрович. - Санкт-Петербург, 2004. - 159 с.

122. Халиков Р. О. Правовой режим электронного документа (вопросы использования электронной цифровой подписи) : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Халиков Равшан Одылович. - Казань, 2006. - 189 с.

8. Порталы и сайты по электронной коммерции

123. B2B Research : маркетинговое агентство отраслевых исследований [Электронный ресурс]. – М., 2009. – Режим доступа: <http://b2bresearch.ru/>, свободный.

Проведение комплексных исследований рынков, с использованием методологии кабинетных исследований, качественных и количественных маркетинговых исследований.

Подготовка готовых маркетинговых исследований и анализа рынка оборудования, обзоров рынка техники, сырья, материалов и других промышленных обзоров.

124. B2B Аутсорсинг: все услуги бизнеса для бизнеса : информационный Интернет-портал [Электронный ресурс]. - М., 2010. – Режим доступа: <http://www.b2bos.ru/>, свободный.

Интерактивное взаимодействие бизнеса. Сокращение сроков и минимизация затрат за счет привлечения сторонних исполнителей (аутсорсеров). Наиболее востребованные услуги аутсорсинга.

125. B2B площадка : система электронной коммерции [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.b2barea.ru/index.php>, свободный, авторизация.

Инструмент для осуществления торгово-закупочной деятельности в сети интернет.

126. B2B портал RusMarket : бизнес портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusmarket.ru/>, регистрация.

Универсальная интеграция информационных и аналитических ресурсов широкого круга коммерческих и государственных структур. Возможность напрямую общаться с потенциальными клиентами и партнерами и быстро согласовывать условия планируемой сделки. Сервисы бизнес портала: каталог предприятий, доска объявлений, товары и услуги, бизнес новости.

127. e-Commerce : информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу [Электронный ресурс]. – М., 2008. – Режим доступа: http://www.e-commerce.ru/biz_tech/index.html, свободный.

Организация системы электронного бизнеса. Электронный бизнес в отраслях.

128. SELDON.2010 : информационно-аналитическая система [Электронный ресурс]. – Нижний Новгород, 2011. – Режим доступа: <http://www.vachitorgi.ru/ru/prod/>, свободный.

Единый источник информации в области государственных, муниципальных и корпоративных закупок по всей Российской Федерации, разработанный Аналитическим Центром Электронных Торговых Площадок.

129. World Trade Exchange : B2B портал [Электронный ресурс]. – М., 2008. – Режим доступа: <http://www.w-t-e.ru/>, регистрация.

Поиск покупателей или поставщиков товаров, работ и услуг; информации о торгах, тендерах, госзаказе. Упрощенный поиск партнеров по бизнесу, инвесторов в Российской Федерации, Белоруссии, Казахстане, Украине, других странах СНГ и в дальнем зарубежье. Оперативная информация по внешней торговле. Размещение своей информации - объявления о товарах, услугах или спросе на B2B портале - на любой отраслевой доске объявлений бесплатно!

130. Группа компаний "b2b" = b2b business development group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b2b-group.ru/>, свободный.

Укрепление конкурентной позиции и рост прибыльности бизнеса клиентов за счет разработки, внедрения и сопровождения индивидуальных программ их организационно-технологического развития, маркетинга и программ профессионального роста сотрудников.

131. Интернет-бизнес : информационный бюллетень = RUCOMMERS.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rucommers.ru/>, свободный.

Психология коммерции, Интернет-маркетинг, электронная коммерция, информационный товары, мотивация, Рунет, ПР, реклама, копирайтинг и др. Предоставление новичкам, пытающимся построить собственный бизнес в Интернете, всей необходимой информации для этого.

132. Удостоверяющий центр СКБ «Контур» [Электронный ресурс]. - Екатеринбург, 2011. – Режим доступа: <http://ca.skbkontur.ru/>, свободный.

Крупнейший федеральный Удостоверяющий центр по выпуску сертификатов ЭЦП.

Электронные торговые площадки:

Списки и перечни торговых площадок

133. Список торговых площадок [Электронный ресурс] // Удостоверяющий центр ekey.ru : электронная цифровая подпись. – Режим доступа: http://www.ekey.ru/for_markets/system.

Государственные торги, коммерческие торги, электронные торговые площадки по реализации имущества.

134. Электронные площадки [Электронный ресурс] // Софт-актив. - Режим доступа: <http://www.soft-active.ru/auction/elplat/>.

Перечень электронных торговых площадок: федеральных, порталов госзакупок, реализации имущества, коммерческих торгово-закупочных систем, групп площадок, систем электронных аукционов, международных торговых систем.

135. Электронные торговые площадки, входящие в АЭТП [Электронный ресурс] // Ассоциация электронных торговых площадок. - М., 2011. – Режим доступа: <http://aetp.ru/Html.aspx?ContentType=HtmlItem&ItemId=1035&MenuId=35>.

Перечень площадок, входящих в Ассоциацию электронных торговых площадок: федеральные электронные торговые площадки, группы площадок, электронные торговые площадки регионов России, электронные торговые площадки муниципальных образований, коммерческие торгово-закупочные системы, системы электронных аукционов, электронные торговые площадки по реализации имущества, международные торговые системы.

Сайты универсальных торговых площадок

136. Ассоциация электронных торговых площадок [Электронный ресурс]. - М., 2011. – Режим доступа: <http://aetp.ru/>, свободный.

Создание и успешное функционирование в России единого интерактивного пространства федерального масштаба для объединения усилий всех электронных торговых систем.

137. Бизнес-портал РосФирм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosfirm.ru/>, свободный, регистрация для размещения объявления.

Универсальная торговая площадка и уникальная база предприятий. Возможность поиска по регионам.

138. Единая электронная торговая площадка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://etp.roseltorg.ru/>, регистрация.

Единая электронная торговая площадка (ООО «ЕЭТП») – крупнейший оператор электронных торгов в России. Специализированная компания для проведения электронных аукционов для заказчиков города Москвы и развития электронной торговли в государственном секторе в целом.

139. ИНМАРИС : индустриальная маркетинговая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inmarsys.ru/>, свободный, авторизация.

Электронная торговая площадка (marketplace) для нефтегазового сектора: нефтегазопромысловое, геологоразведочное и буровое оборудование, оборудование для хранения, переработки и транспортировки нефти, газа, газо- и нефтепродуктов; материалы и комплектующие изделия.

140. Международная торговая площадка b2b-club.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b2b-club.ru/>, регистрация.

Оптовая торговая площадка для бесплатного размещения объявлений о покупке или продаже продуктов и услуг. Помощь в поиске партнеров по бизнесу. Каталог компаний Вашего региона, ближнего и дальнего зарубежья.

141. Оператор электронных торгов B2B-Center [Электронный ресурс].

– Режим доступа: <http://www.b2b-center.ru/>, регистрация.

Система для проведения электронных торгов B2B-Center позволяет каждой компании выступать как организатором, так и участником процедур любого уровня сложности (более 30 вариантов процедур): конкурентные переговоры, запросы цен/предложений, аукционы продавца/покупателя, все виды конкурсов.

142. РТС-ТЕНДЕР : электронная торговая площадка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rts-tender.ru/>, регистрация.

Электронные торги для государственных и муниципальных нужд.

143. Рынок продукции, услуг и технологий для электроэнергетики B2B-Energo : информационно-аналитическая и торгово-операционная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b2b-energo.ru/>, регистрация.

Официальный единый интернет-ресурс РАО «ЕЭС России» предназначенный для публикации информации о закупках холдинга и проведения торгов в электронной форме.

144. Тендер Про : профессиональные закупки [Электронный ресурс].

– Режим доступа: <http://www.tender.pro/>, свободный, авторизация.

Межкорпоративная межотраслевая электронная торговая площадка b2b. Система электронных закупок позволяет проводить конкурсы всех видов: аукционы, открытые и закрытые тендеры, редукционы с переторжкой, запросы котировок и предложений.

145. Электронная торговая площадка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ieservice.ru/>, свободный, авторизация.

Оптимизация торгово-закупочной деятельности организаций – участников. Снижение стоимостных издержек и повышение качества закупаемой продукции организациями – заказчиками. Увеличение объема и величины продаж продукции, товаров и услуг организациями – поставщиками. Обеспечение прозрачности и контроля для организаций – участников на основных этапах торгово-закупочной деятельности. Повышение качества отбора новых поставщиков (подрядчиков).

146. Электронная торговая площадка ONLINECONTRACT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.onlinecontract.ru/>, свободный, авторизация.

Универсальный интернет-портал, позволяющий проводить электронные торги на продажу и покупку товаров и услуг в режиме онлайн. Услуги: корпоративные закупки, быстрые продажи, продажи непрофильных активов.

147. Электронная торговая площадка uTender [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.utender.ru/>, свободный, авторизация.

Проведение открытых аукционов и конкурсов в электронной форме по продаже имущества должников.