

Библиографический список

1. Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебное пособие/ Под ред. Г.А. Титоренко – М.: ЮНИТИ, 2000. – 399с.
2. Адамадзиев К.Р., Ахмедов С.А. Анализ и прогнозирование производства - основа стратегического планирования маркетинга // Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.156-158.
3. Акофф Р., Эмери Ф. О целеустремленных системах. - М., 1974. – С.156-161.
4. Алексеев А.А. Комплексная реализация задач маркетинга в системе глобальной сети Internet // Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996 – С.319-322.
5. Ананьина М.Д. Коковихин А.Ю. Информационная проницаемость рынка и анализ ценовых процессов // Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.145-148.
6. Аренков И.А. Маркетинговые исследования: основы теории и методики // Экономика строительства. – 1994. №3. С.25-30.
7. Аренков И.А., Ченцов В.И. Маркетинговые исследования /Под ред. проф. Г.Л. Багиева – Л.: ЛОП ВТОЭ, 1991.
8. Аронов И.З., Лялина Г.И. Анализ структур управления в рыночных условиях. Методы менеджмента качества. - 2000. - Май. - С. 7-12.
9. Аронов И. З., Мирющенко Е. Е., Мирющенко К. Е.. Управление проектами и всеобщее управление качеством // Стандарты и качество. – 1996. – № 9.
10. Багиев Г.Л., Жданов И.А. Маркетинг взаимодействия. - СПб.: СПбГУЭФ, 1999. - 110с.
11. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг. - М.: Экономика, 1999.
12. Багиев Г. Л., Томилов В. В., Чернышева З.А. Маркетинг и культура предпринимательства. – СПб., 1995. – 160 с.
13. Багиев Г. Л., Успенский И. В., Ченцов В. И. Интерактивные модели маркетинговых решений на виртуальных рынках. – СПб, 1998. – 102с.

14. Багиев Г. Л. Маркетинг взаимодействия: философия организации, инструментарий. – СПб, 1998. – 114 с.
15. Багиев Г.Л., Красикова Н.И. Мотивация коммерческих коммуникаций в системе маркетинга: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1994 – 85с.
16. Бакут П.А., Шумилов Ю.П. Информационные ресурсы - вопросы теории и практика // Информационные ресурсы России. - 1999. – №3. – С.18-20.
17. Бакут П.А., Шумилов Ю.П. Теория информационных ресурсов// XXV Юбилейная международная конференция: Новые информационные технологии в науке, образовании, телекоммуникации и бизнесе: Труды конференции. – Гурзуф, 1998 – С. 154-158.
18. Балувев Д. Г. Новые информационные технологии и современные международные отношения. – Н. Новгород, 1998. – 45с.
19. Барроу К. Курс выживания Интернет-компании. – М.: Альпина Паблишер. – 314с.
20. Барсуков В.С., Водолазкий В.В. Современные технологии безопасности. – М.: Нолидж, 2000. – 495с.
21. Белл Д. Третья технологическая революция и ее возможные социо-экономические последствия. – М., 1990 – 236 с.
22. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход: Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.; Харьков: Питер, 2001. – 860с.
23. Блюменау Д. И. Информация и информационный сервис. — Л., 1989.
24. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Ключ к успеху в новом тысячелетии: Пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик. – СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. – 286с.
25. Бурдинский А. Интернет- маркетинг как новый инструмент развития бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования в России, 2000. № 2 – С.45-49.
26. Васкевич Д. Стратегии клиент-сервер: руководство по выживанию для специалистов по реорганизации бизнеса: Пер. с англ. – Киев: Диалектика, 1996. – 396с.
27. Виноградова С.М., Войтович П.А., Вус М.А. и др. Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность. – СПб.: Изд-во СПбУ, 1999. – 211с.
28. Волокитин А.В., Маношкин А.П., Курносов И.Н., Солдатенков А.В., Савченко С.А., Петров Ю.А. Практические аспекты ин-

- форматизации. Стандартизация, сертификация и лицензирование. Справочная книга руководителя / Под общей ред. Л.Д. Реймана – М.: ФИОРД-ИНФО, 2000. – 270с.
29. Гаффин А. Internet. Путеводитель по глобальной компьютерной сети. – М.: Артос, 1996. – 274 с.
 30. Гидрович С.Р., Крутик А.Б. Новые информационные системы в малом бизнесе // Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996.
 31. Гилстер П. Навигатор Internet. Путеводитель для человека с компьютером и модемом / Пер. с англ. – М.: Джон Уайтли Сайз, 1995.
 32. Гиляровский Р. С. Научная библиотека в эпоху электронных коммуникаций // Науч. и техн. биб-ки. – 1998. – №3. – С. 3 – 12.
 33. Годин В.В., Корнеев И.К. Управление информационными ресурсами. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 403с.
 34. Горбунов А.Р. Дочерние компании, филиалы, холдинги: организационные структуры; налоговое планирование; создание кредитных союзов. – 2-е изд., доп., перераб. – М.: Анкил, 1999. – 166с.
 35. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368с.
 36. Григорьев В.В., Островкин И.М. Оценка предприятий: имущественный подход: Учебно-практическое пособие. – 2-е изд. – М.: Дело, 2000. – 224с.
 37. Григорьева Е. А., Томилов В. В. Информационные технологии и предпринимательство в сфере разработки программного обеспечения инфраструктуры Интернет-рынков (Internet Markets) // Регион: политика, экономика, социология. – 2000, №4.
 38. Громов Г. Р. Национальные информационные ресурсы: проблемы промышленной эксплуатации. – М., 1984.
 39. Громов Г.Р. Очерки информационных технологий. – М., 1993.
 40. Гэд Т. 4D брэнддинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики / Пер. с англ. П. Павловского СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб, 2001. – 228с.
 41. Дозорцев В.А. О мерах по развитию рынка интеллектуальных продуктов // Юридический мир–июнь 1998.

42. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Учебное пособие/ Пер. с англ. Н.М. Макарова. – М.; СПб.; Киев: Издательский дом "Вильямс", 2000. – 272с.
43. Дудинска Э., Мизла М. Управленческие информационные системы// Проблемы теории и практики управления, 1996. – №2. С.114-120.
44. Дынкин А., Иванова Н.. Наука и технологии: мировые тенденции // Общество и экономика. - 1999. - № 3-4. – с.293-303
45. Дынкин А., Иванова Н.. Наука и технологии: мировые тенденции // Общество и экономика. - 1999. - № 5 - С. 89-98
46. Дэвис С.М. Управление активами торговой марки /Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. – 271с.
47. Елисеева Т.А. Сравнительный анализ коммуникационных преимуществ и недостатков Интернета в реализации коммуникационных задач медиа-планирования // Маркетинг и маркетинговые исследования в России, 2000. № 2 – 54-60с.
48. Еловенко В.Г. Информационные технологии и их использование в системе маркетинга// Маркетинг и предпринимательство: сб. - СПб.: СПбУЭФ, 1995. – С. 155-158.
49. Зверинцев А. Коммуникационный менеджмент. – СПб.: Изд-во Буковского, 1995.
50. Интернет-сайт Durlacher Research Company.
51. Интернет-сайт <http://www.oracle.com>.
52. Интернет-сайт <http://www.sap.com>.
53. Интернет-сайт Not.com//NUA articles.-1999.-6.12.
54. Интернет-сайт OECD - Organization for Economic Cooperation and Development (ОЭСР - Организация по экономическому сотрудничеству и развитию).
55. Интернет-сайт UNESCO Observatory of Information Society.
56. Информационные системы в экономике / Под. ред. проф. В. В. Дика. – М., 1996. - 270с.
57. Информационные технологии в маркетинге: учебник для вузов / Г.А. Титоренко, Г.Л. Макарова; под ред. проф. Г.А. Титоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 335с.
58. Камерон К.С. Диагностика и изменение организационной культуры: Пер. с англ./ К.С. Камерон, Р.Э. Куинн; ред. И.В. Андреева. – СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. – 311с.
59. Карминский А. М., Нестеров П. В.. Информатизация бизнеса - М., 1997. – 415с.
60. Карминский А.М., Нестеров П.В. Информатизация бизнеса. М.: Финансы и статистика, 1997. – 415с.

61. Карякин А. М. Совершенствование управления предприятиями в сфере наукоемкого производства и инновационной деятельности на основе концепции рабочих команд. - Иваново, 1998. – 168 с.
62. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, наука и культура/Пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 607с.
63. Ковалев А. и др. Управление проектом создания интернет сайта. М.: Альпина Паблшер. – 341с.
64. Коллинз Д. От хорошего к великому/ Пер. с англ. П. Павловского – СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб., 2001. – 286с.
65. Концепция ФЦП “Развитие информатизации в России на период до 2010 года” – Электронная Россия. – М., 2001.
66. Копылов В.А. Еще раз о термине информатизация // Научно-техническая информация. Сер.1. – 1994. - №8. – С.4-7.
67. Корогодина В.И., Корогодина В.Л. Информация как основа жизни. – Дубна: Феникс, 2000. – 208с.
68. Котлер Ф., Акрол Р. Маркетинг в условиях сетевой экономики // Маркетинг и маркетинговые исследования в России, 2000. №2– С.2-19.
69. Крутик А.Б., Дубик Н.Р. Информационный маркетинг// Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.196-200.
70. Кузьмин В. Вопросы развития маркетинговых систем // Проблемы теории и практики управления. – 1997.–№5. – С.113-118.
71. Лазарева Н.Г. Маркетинг информационных продуктов и услуг в США//Научно-аналитический обзор. – М.: АН СССР. – 1989.
72. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. – СПб.: Наука, 1996.– С.451.
73. Ланцов В. А. Методы научно-технического, экономического и социального прогнозирования. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1993 – С.47.
74. Ларин М. В. Управление документацией и новые информационные технологии. – М., 1998. – 136 с.
75. Лебедев В.Э., Борзунова Э.Л. Основные тенденции развития корпоративных информационных архитектур// Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.228-234.

76. Лескин Л.А. Системы поддержки управленческих и проектных решений. – Л.: Машиностроение, 1990.
77. Лесохин В.З. Информационное обеспечение маркетинговых систем. - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1994.
78. Лидванова Л.И. Международный информационный обмен как фактор жизнедеятельности маркетинговых структур// Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.50-53.
79. Лихачева Г. Н. Информационные технологии на службе информационного общества // Новые информационные технологии в экономических системах. – М., 1999. – 126 с.
80. Лихачева Г. Н. Информационные технологии в экономике – М., 1998. – 112с.
81. Лиходедов Н.П., Товстых Л.Е. Информационные ресурсы для бизнеса. – СПб.: ЭЛБИ, 1998. – 183 с.
82. Макконнел Р. К., Брю С. Л. Экономикс. – Т. 1-2. – М., 1992.
83. Мариничев Ю.М. Основы организации, управления и информационного обеспечения потребкооперации. – М., 2001. – 468 с.
84. Маркетинг информационной продукции и услуг. – М., 1990. – 32 с.
85. Маркетинг информационных продуктов и услуг в США// Научно-аналитический обзор. – М., 1989. – 68 с.
86. Матвеев Л.А. Системы поддержки принятия решений. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1993.
87. Материалы информационно-исследовательской фирмы «Экро».
88. Материалы отчетной конференции АКБ за 1996 // Новости АКБ. – 1997. – №7. – С.3, 4, 17.
89. Материалы отчетной конференции Ассоциации коммерческих банков.-1997/1998.
90. Маурицио Ванступ. Маркетинг рыночных сегментов // Проблемы теории и практики управления. – 1997.– №2.– С.107-111.
91. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США: Пер. с англ. – М., 1966.
92. Медынский В. Г., Ильдеменов С. В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства. – М., 1999. – 414 с.
93. Мелентьева Н.И. Влияние информационных технологий на развитие маркетинговых коммуникаций// Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации пред-

- принимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.268-270.
94. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: ИНФРА-М. 2000, – 335с.
95. Минс Г., Шнайдер Д. Метакапитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке. – М.: Альпина паблишер. 2001. – 280с.
96. Мицберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации: Пер. с англ./ Ред. Ю.Н. Каптуревский. – СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. – 512с.
97. Морозов А., Парфенов А., Долгов А. Преимущества и перспективы развития металлотрейдинговых информационно-коммерческих систем в сети интернет// Регион: Политика, экономика, социология. –2001. № 2/3. – С.30- 32.
98. Мясникова Л.А. Коммерция информационного общества. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. – 245с.
99. Наука России в цифрах 1998 г. - М., Центр исследований и статистики науки. 1998.
100. Наумов В.Н. Принципы организации маркетинговой информационной системы оптовой фирмы// Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С. 263-265.
101. Нехорошева Л. Н. Научно-технологическое развитие и рынок. – Минск, 1996. – 306 с.
102. Николаева Т. П. Информационная экономика: тенденции развития за рубежом и в России. – М., 1999. – 190 с.
103. Новая технология и организационные структуры /Под ред. И. Пиннинга и А. Бьюитандама. – М.: Экономика, 1990. – 269с.
104. Нольден Матиас. Знакомьтесь: World Wide Web. /Пер. с нем. - К.: Торг-издат. бюро ВНУ, 1996. – С.336.
105. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Пер. с англ. под ред. Д.О. Ямпольской. – СПб.: Питер, 2001. – 857с.
106. Организационные структуры управления в условиях рынка. – Владимир, 1994. – 44 с.
107. Основы построения бизнес-инкубаторов. – М.: Издательская корпорация "Логос", 1999. -124 с.
108. Перспективные телекоммуникационные технологии. Потенциальные возможности / Под ред. Л.Д. Реймана и Л.Е. Варакина. – М.: МАС, 2001. – 256с.

109. Песоцкая Е.В., Томилов В.В., Зубарев А.А. Управление малым и средним бизнесом в строительстве. – СПб.: Изд-во "ЛИТФА ПЛЮС", 1997. – С.143.
110. Поппель Г., Голдстайн Б. Информационная технология - миллионные прибыли. – М., 1990. – 239с.
111. Постма П., Ф.Котлер. Новая эра маркетинга. Будущее маркетинга в век новых технологий: Пер. с англ./ ред. Т.Р. Тэор. – СПб; М.; Харьков: Питер, 2002. – 202 с.
112. Предпринимательство в конце XX века. – М., 1992. – 312 с.
113. Предпринимательство в промышленно развитых странах // Проблемы управления экономикой. – 1992. – Вып.23. – 238с.
114. Предпринимательство в условиях развития рыночных отношений. – М., 1997. – 235 с.
115. Предприятие: стратегия, структура, положения об отделах и службах, должностные инструкции. – М.: "Экономика", 1997. – 526 с.
116. Ракитов А. И. Будущее России. Социально-технологическая модель // Общественные науки и современность. – 1996. – №2.
117. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции – М., 1991. – 205с.
118. Решецкий В.И. Экономический анализ и расчет инвестиционных проектов: Учеб. Пособие. – Калининград: Янтар. Сказ, 2001. – 477с.
119. Рубанов В.А. О роли государства в хозяйственном обороте интеллектуальной собственности // Проблемы информатизации. – 2000. – ;№3. – С.63-74.
120. Савинов С. Программный продукт в поисках потребителя // Деловые люди. – 1994. – №4.
121. Сайт службы новостей <http://www.subscribe.ru>
122. Свириденко С.С. Современные информационные технологии. – М.: Радио и связь, 1989. – 303 с.
123. Семенов М. И., Трубилин И. Т., Лойко В. И., Барановская Т. П. Автоматизированные информационные технологии в экономике. – М.: 1999. – 416 с.
124. Сова В., Бородин В. Право на информацию как основа существования современного государства // Информационные ресурсы России. – №5, – 2001. – С.5-7.
125. Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия – 1980. – С.1338.
126. Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: СПбГУП, 1996. – 320 с.

127. Соколов Д.В. Быковицкая Н.Д. Анализ и формирование организационной структуры управления Российской национальной библиотеки. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997. – 32 с.
128. Соколов Д.В. Информационные технологии и ресурсы в концепции информационной экономики // Регион: Политика, экономика, социология, 2001. № 2/3. – С.27-30.
129. Сыроежин И.М. Очерки теории производственных организаций. – М.: Экономика, 1970. – 247 с.
130. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. / Пер. с англ. – М.: 1989. – 168с.
131. Тислен Сестр. Стратегическое значение информации и роль баз данных в маркетинге // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 1. – С.105-109.
132. Титов А.Б., Алексеев А.А., Григорьев В.И. Теория оценки эффективности маркетинговых коммуникаций: Препринт. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. – 65 с.
133. Толстобров М.Г., Черенков В.И. Место современных компьютерных информационных систем в маркетинге российских HIGH-TECH инноваций за рубежом // Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.29-34.
134. Томилов В. В. Проблемы организационной культуры в системе предпринимательства // Маркетинг и культура предпринимательства: Материалы научной конференции. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С. 68-69.
135. Томилов В. В., Еловенко В. Г., Тухаринов Л. Ю. Управление маркетингом информационных технологий – СПб., 1999. – 132 с.
136. Томилов В. В., Зубарев А. А., Григорьева В. А. Бизнес- коммуникации в финансово-банковских структурах. – СПб.: Литера Плюс, 1998. – С.160.
137. Томилов В. В., Крупанин А. А. Экономико-организационные основы предпринимательства. – СПб., 1996. – 176 с.
138. Томилов В. В., Роботов А. С., Зубарев А. А. Маркетинговые решения в деятельности строительных Предприятий. – СПб., 1997. – 160 с.
139. Томилов В.В., Григорьева Е.А. Венчурные структуры в сфере информационных технологий. – СПб.: Изд-во «Литера Плюс», 2001. – 178с.
140. Томилов В.В., Хакунов Т.Д. Информационный аспект в маркетинговой концепции формирования оптимальной структуры управления предприятием // Сб. международного кон-

- гресса: "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.257-260.
141. Трифонов Ю.В., Трифонов Д.Ю. Информационная среда как необходимый сектор рыночной экономики // Сб. международного конгресса "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1996. – С.128-130.
142. Трофимов В.В., Глухов А.О. Многоагентные структуры для решения задачи коммивояжера. Проблемы менеджмента / Под общей ред. проф. О.А. Страховой: Сб. научн. тр. Вып.3. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. – С.71-76
143. Турен Ален. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества//Новая технократическая волна на Западе - М., 1985.
144. Уринцов А. И. Современные компьютерные технологии и их классификация // Новые информационные технологии в экономических системах – М.: 1999. – 126 с.
145. Урсул А. Д. Природа информации. – М., 1991. – 206 с.
146. Фонотов А. Г. Россия. От мобилизационного общества к инновационному. – М., 1993. – 272 с.
147. Фролов Ю.В. Эффективные технологии экономического выбора. – М.: МГПУ, 2001. – 294с.
148. Хасси Д. Стратегия и планирование. Путеводитель менеджера / Пер. с англ.; Под ред. Л.А. Трофимовой. – СПб.; М.; Харьков: Питер, 2001. – 378 с.
149. Хачатуров С.Е. Организация производственных систем. – Тула: Шар, 1996. – 202с.
150. Хентце И., Хайнеке А. Содержание и задачи информационного менеджмента на предприятии // Проблемы теории и практики управления. – 1995. – №4. – С.48-54.
151. Хоскинг А. Курс предпринимательства. – М., 1993. – 305 с.
152. Хэнди Ч. Время безрассудства / Пер. с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.; М.; Харьков: Питер. – 2001, – 278 с.
153. Шаповалов А., Пуденков В., Антипин В. О формировании рынка интеллектуальной собственности в стране. // Информационные ресурсы России. – 2001. – №3-4.– С.19-25.
154. Шафрин Ю.А. Информационные технологии. – М., 1998. – 700 с.
155. Шеннон Р. Имитационное моделирование систем – искусство и наука. – М.: Мир, 1978.

156. Шумилов Ю., Бакут П. Менеджмент информационных ресурсов // Информационные ресурсы России.– 2001. – №3-4. – С.4-7.
157. Шумпетер И. Теория экономического развития: Пер. с нем. – М., 1982. – 453 с.
158. Эймор Д. Электронный бизнес: эволюция и/или революция. – М.: Альпина Паблшер. – 752 с.
159. Эрроу К. Информация и экономическое поведение // Вопросы экономики. – 1995. – № 5. – С.98-107.
160. Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: справ. Кн. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 365с.
161. Янг С. Системное управление организацией. - М.: Советское радио, 1972. – С.51.
162. Application Service Providers //A Report by Durlacher Research, July 1999.
163. Bergman E., Mayer G., Todtling F. "Regione Reconsidered: Economic Networks, Innovation and Local Development in Industrialized Countries". London: Manscll, 1991.
164. Bhabuta L. IFIP TC-8, Open Conference, Singapore, March. 1988.
165. Business-to-Business e-commerce Report: An Investment Perspective// Durlacher report. – 6-th March 2000.
166. Castels M. Materials for an exploratory theory of network society. – Brit. J. Of. Soc., 2000. – N51. – P.5-24.
167. Catching Up in the E-Commerce Game // SAP Magazine. - 2000. -15.02.
168. Earl M. Information management, The Clarendon Press, Oxford, 1988.
169. Hickey Kathleen. Companies need to focus on short - term projects for Internet e - business growth// ProQuest, 2000. - March, 20.
170. Information Technology Outlook 1997//Report of OECD.
171. Information Technology Outlook 2000//исследование OECD - Organization for Economic Co-Operation and Development.
172. Kotler Philip. Marketing Management. – NJ: Prentice-Hall, Inc.: 2000. – 132 p.
173. McGee Marianne. Federal Reserve Credit» technology with two-thirds of recent gains. ProQuest, 2000. – Mar.
174. Money Loves the Internet // InfoWorltd.com - 1999. Vol. 21, Issue 35 – 30 August.
175. Networked Process // SAP Magazine. – 1999. –11, 24.

176. Olson.G. The Economics of Information // Annual review of information sciences and technologies – Wash., 1973.
177. Porat M.. The Information Economy – Wash., 1977 – 510 p.
178. Ray D. The Role of Entrepreneurship in Economic Development. // Entrepreneurship and Economic Development. – NY.: UN., 1988. – 314 p.
179. Software firms gear up to run the e-commerce race// CNET Investor. – 2000. – 11/04.
180. The Information Society: Evolving Landscapes // ed. J. Berlous, A. Clement and others, Springer-Verlag, 1990.
181. The Internet Economy Indicators // Indicators Report, June 2000.
182. The Software Sector: a Statistical Profile for Selected OECD Countries. // Annual Report OECD. – 2000.
183. Toffler A. The Third Wave – NY, 1980.
184. Wilson Jack M.. How Information Technology Entrepreneurship has Changed the World. // Rensselaer Center for Technological Entrepreneurship. 1999.
185. Малахов С. Трансакционные издержки и макроэкономическое равновесие // Вопросы экономики, 1998. – №11. – С.78-96
186. Норт Д. Институциональные изменения: рамки анализа. // Вопросы экономики. – 1997. – №3. – С.6-17.
187. Стиглер Дж. Экономическая теория информации. // Экономика и математические методы. – 1994. – т.30. – №1. – С.36-48.
188. Хорошилов А.В., Романов К.А. О критерии эффективности инвестиций в информационные технологии // Вопросы статистики. – 1999. – №11. – С.49-51.