

Міністерство освіти і науки України  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи  
  
І.В. Гунько  
« 03 » серпня 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ»

для студентів

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітнього рівня першого (бакалаврського)

Вінниця – 2020 рік

Робоча програма навчальної дисципліни Організація торгівлі для студентів спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 2020 р., 18 с.

**Розробник:**

Паламаренко Я.В. к.е.н., ст. викл. кафедри економіки

**Викладач:**

Паламаренко Я.В. к.е.н., ст. викл. кафедри економіки  
Фуштей Л.Л. асистент кафедри економіки

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри економіки

Протокол від 25 серпня 2020 року № 1

В.о. завідувача кафедри \_\_\_\_\_  Хаєцька О.П.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні навчально-методичної комісії факультету економіки та підприємництва

Протокол від “25” серпня 2020 року № 1

Голова комісії факультету \_\_\_\_\_  О.В. Левчук

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні науково-методичної комісії університету

Протокол від “26” серпня 2020 року № 1

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	<p style="text-align: center;"><b>Галузь знань</b></p> <p style="text-align: center;">07 <u>Управління та адміністрування</u></p> <p style="text-align: center;"><b>Напрямок підготовки</b></p> <p style="text-align: center;"><u>076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</u></p> <p style="text-align: center;"><b>Освітнього рівня</b></p> <p style="text-align: center;"><u>першого (бакалаврського)</u></p>	Нормативна	
Загальна кількість годин – 150		Рік підготовки: 2-й	Рік підготовки: 2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – самостійної роботи студента –		Семестр: 3-й	Семестр: 3-й
		Лекції – 30 год.	Лекції – 2 год.
		Практичні (семінарські) – 28 год.	Практичні (семінарські) – 4 год.
		Самостійна робота – 92 год.	Самостійна робота – 144 год.
		Індивідуальні завдання	
		Вид контролю: іспит	

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Освітня компонента «Організація торгівлі» спрямована на отримання здобувачами однієї з важливих і універсальних компетентності – формування у студентів сучасного економічного мислення, набуття та систематизація знань з організації торгівлі в сучасних умовах господарювання, вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності; надати допомогу в започаткуванні у студентів навичок та вмінь використовувати теоретичний інструментарій в дослідженні торгівельних процесів та організації торгівлі, а також можливостей її прогнозування й прийняття рішень.

Мета викладання навчальної дисципліни – формування системи теоретичних і практичних знань і компетентностей щодо організації торгівлі. Надання основних системних теоретичних і практичних знань про характер, зміст та особливості організації торговельно-оперативних процесів у гуртовій і роздрібній торгівлі, спрямованість організаційної діяльності на підвищення соціально-економічної ефективності торговельних підприємств та організацій.

Задачі вивчення дисципліни – теоретична та практична підготовка, самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення, використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування економічних рішень, опанувати теоретичні засади організації торгівлі; розуміти особливості організації оптової торгівлі; розуміти специфіку організації роботи роздрібних торговельних підприємств; набути практичних навичок організації продажу товарів у магазинах; розуміти особливості маркетингу та організації торговельного обслуговування покупців.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен сформувані такі програмні компетентності:

*інтегральні компетентності* – здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

*загальні компетентності:*

- ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
- ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

- ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо. фахові компетентності:
- СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
- СК 2. Здатність обрати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
- СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.
- СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
- СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.
- СК 6. Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
- СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
- СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

Навчальна дисципліна «Організація торгівлі» належить до обов'язкових компонент. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: теоретичні засади організації торгівлі; організаційні моделі в системі торгівлі; особливості організації оптової торгівлі; особливості організаційної побудови і розвитку роздрібно-торговельної мережі; розуміти специфіку організації роботи роздрібних торговельних підприємств; як формується асортимент у магазинах та особливості управління ним; як відбувається позамагазинний продаж товарів; набути практичних навиків організації продажу товарів у магазинах; розуміти особливості маркетингу та мерчандайзингу; особливості обслуговування покупців тощо.

Організація торгівлі належить до навчальної дисциплін обов'язкової компоненти, освітній компонент циклу професійної та практичної підготовки;

- при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Підприємництво», «Основи біржової діяльності».
- основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Електронна комерція».

### **3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### **Атестація 1. Теоретичні засади організації торгівлі, основи організаційної побудови і розвиток торговельної мережі**

Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі.

Тема 2. Організаційні основи функціонування роздрібною торгівлі.

Тема 3. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності.

Тема 4. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання.

Тема 5. Товарорух і товаропостачання: поняття та сутність.

Тема 6. Тара та організація тарного господарства.

#### **Атестація 2. Особливості організації продажу товарів у магазинах, особливості маркетингу та мерчандайзингу**

Тема 7. Організація технологічних процесів і праці на складах.

Тема 8. Організація торгово-технологічного процесу у магазині.

Тема 9. Позамагазинні форми торговельного обслуговування.

Тема 10. Організація реклами в роздрібній торгівлі та її ефективність.

Маркетингова політика продажу.

Тема 11. Електронна торгівля як сучасне середовище підприємницької діяльності.

Тема 12. Організація торговельного обслуговування покупців.

## 4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Результатом вивчення дисципліни є набуття студентами таких програмних компетенцій:

- РН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.
- РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.
- РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
- РН 5. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
- РН 6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.
- РН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.
- РН 8. Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
- РН 9. Знати вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної і правової держави.
- РН 10. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.
- РН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.
- РН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
- РН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
- РН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

- РН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.
- РН 16. Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.
- РН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.
- РН 19. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.
- РН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.



## 5. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин										
	денна форма						заочна форма				
	усього	у тому числі					у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.	л	п	лаб	інд	с.р.
2	3	4	5	6	7	9	10	11	12	13	
<b>Атестація 1.</b>											
Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі	12	2	2			8					12
Тема 2. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі	12	2	2			8		2	2		12
Тема 3. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності	12	2	4			8					12
Тема 4. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання	12	4	2			8					12
Тема 5. Товарорух і товаропостачання: поняття та сутність	15	2	2			8					12
Тема 6. Тара та організація тарного господарства	12	2	2			6					12
<b>Разом частиною 1</b>	<b>75</b>	<b>14</b>	<b>14</b>			<b>46</b>		<b>2</b>	<b>2</b>		<b>72</b>
<b>Атестація 2.</b>											
Тема 7. Організація технологічних процесів і праці на складах	12	2	2			8					12
Тема 8. Організація торгово-технологічного процесу у магазині	12	4	2			6					12
Тема 9. Позамагазинні форми торговельного обслуговування	12	4	4			8					12
Тема 10. Організація реклами в роздрібній торгівлі та її ефективність. Маркетингова політика продажу	15	2	2			8		2			12
Тема 11. Електронна торгівля як сучасне середовище підприємницької діяльності	12	2	2			8					12
Тема 12. Організація торговельного обслуговування покупців	12	2	2			8					12
<b>Разом частиною 2</b>	<b>75</b>	<b>16</b>	<b>14</b>			<b>46</b>		<b>2</b>			<b>72</b>
<b>Всього</b>	<b>150</b>	<b>30</b>	<b>28</b>			<b>92</b>		<b>2</b>	<b>4</b>		<b>144</b>

## 6. ТЕМИ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1	Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі	2	
2	Тема 2. Організаційні основи функціонування роздрібної торгівлі	2	2
3	Тема 3. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності	2	
4	Тема 4. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання	4	
5	Тема 5. Товарорух і товаропостачання: поняття та сутність	2	
6	Тема 6. Тара та організація тарного господарства	2	
7	Тема 7. Організація технологічних процесів і праці на складах	2	
8	Тема 8. Організація торгово-технологічного процесу у магазині	4	
9	Тема 9. Позамагазинні форми торговельного обслуговування	4	
10	Тема 10. Організація реклами в роздрібній торгівлі та її ефективність. Маркетингова політика продажу	2	
11	Тема 11. Електронна торгівля як сучасне середовище підприємницької діяльності	2	
12	Тема 12. Організація торговельного обслуговування покупців	2	
<b>Разом</b>		<b>30</b>	<b>2</b>

## 7. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1	Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі	2	
2	Тема 2. Організаційні основи функціонування роздрібної торгівлі	2	2
3	Тема 3. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності	4	
4	Тема 4. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання	2	
5	Тема 5. Товарорух і товаропостачання: поняття та сутність	2	
6	Тема 6. Тара та організація тарного господарства	2	
7	Тема 7. Організація технологічних процесів і праці на складах	2	
8	Тема 8. Організація торгово-технологічного процесу у магазині	2	
9	Тема 9. Позамагазинні форми торговельного обслуговування	4	
10	Тема 10. Організація реклами в роздрібній торгівлі та її ефективність. Маркетингова політика продажу	2	2
11	Тема 11. Електронна торгівля як сучасне середовище підприємницької діяльності	2	
12	Тема 12. Організація торговельного обслуговування покупців	2	
<b>Разом</b>		<b>28</b>	<b>4</b>

## 8. САМОСТІЙНА РОБОТА

Самостійна робота студента (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача. Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з вивчення рекомендованої літератури.
3. Вивчення основних термінів та понять за темами дисципліни.
4. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах, тестування.
5. Контрольна перевірка кожним студентом особистих знань за запитаннями для самоконтролю.
6. Презентація індивідуального завдання зі створення моделі існуючого бізнес-процесу підприємства та її вдосконалення.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1	Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі	8	12
2	Тема 2. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі	8	12
3	Тема 3. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності	8	12
4	Тема 4. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання	8	12
5	Тема 5. Товарорух і товаропостачання: поняття та сутність	8	12
6	Тема 6. Тара та організація тарного господарства	6	12
7	Тема 7. Організація технологічних процесів і праці на складах	8	12
8	Тема 8. Організація торгово-технологічного процесу у магазині	6	12
9	Тема 9. Позамагазинні форми торговельного обслуговування	8	12
10	Тема 10. Організація реклами в роздрібній торгівлі та її ефективність. Маркетингова політика продажу	8	12
11	Тема 11. Електронна торгівля як сучасне середовище підприємницької діяльності	8	12
12	Тема 12. Організація торговельного обслуговування покупців	8	12
<b>Разом</b>		<b>92</b>	<b>144</b>

## 9. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

(індивідуальні самостійні завдання,  
реферати)

Передбачає виконання однієї із запропонованих тем на вибір. Передбачається написання реферату та виконання графічного або обрахункового завдання згідно варіанту.

1. Організація продажу і повернення товарів.
2. Суть продажу товарів у розстрочку.
3. Суть і види аукціонів. Етапи проведення аукціону.
4. Організація виконання замовлень.
5. Поняття електронної торгівлі. Форми електронної торгівлі.
6. Організація інтернет-магазину. Функціонування інтернет-магазину.
7. Торгівля на ринках як особлива форма торговельно-сервісного обслуговування.
8. Організація системи послуг у торгівлі на ринках.
9. Особливості організації роботи продовольчих і непродовольчих ринків.
10. Суть, особливості та основні види послуг у галузі торгівлі.
11. Характеристика основних категорій теорії організації.
12. Зміст організації торгівлі.
13. Синергетика та організація торгівлі.
14. Основні принципи організації в торгівлі.
15. Загальна характеристика торгівлі як системи.
16. Види суб'єктів торговельної діяльності.
17. Організаційні моделі в роздрібній торгівлі.
18. Організаційні структури оптових підприємств.
19. Структура та інфраструктура оптової торгівлі.
20. Види оптових підприємств та їх класифікація. Структура і побудова апарату оптового підприємства.
21. Складське господарство оптового підприємства.
22. Розміщення та оптимальні розміри оптових підприємств.
23. Суть, принципи і завдання організації роздрібно-мережі.
24. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців.
25. Концентрація і спеціалізація роздрібно-мережі.
26. Територіальне розміщення роздрібно-мережі.
27. Розміщування і викладання товарів.
28. Ефективність використання торгових площ магазинів.
29. Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах.
30. Формування асортименту товарів у магазинах.
31. Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів.
32. Магазинні методи продажу товарів: організація, зміст, ефективність.

## 10. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сума балів за всівиди навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 11. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота												Сума
Атестація 1						Атестація 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	
8	8	8	8	8	10	8	8	10	8	8	8	100

## 12. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

- заліки;
- стандартизовані тести;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- інші види індивідуальних і групових завдань.

Розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лабораторних занять – 60 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв'язування задач та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) – 10 балів; підсумковий контроль, (екзамен в усній або тестовій формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом підсумкової контрольної роботи (колоквіуму).

Визнання результатів набутих у неформальній/інформальній освіті здійснюються до початку семестру, у якому згідно з навчальним планом передбачено опанування освітнього компонента.

### **13. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

- опитування;
- захист тем;
- тестування;
- перевірка конспектів;
- реферативні повідомлення;
- модульна контрольна робота.

### **14. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Економіка торговельного підприємства» включає:

1. Комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни.
2. Методичні рекомендації з дисципліни «Організація торгівлі» для проведення практичних занять у студентів денної та заочної форми навчання факультету економіки та підприємництва першого освітнього рівня (бакалавр) галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Вінниця: ВЦ ВНАУ, 2019. 118 с.
3. Опорний конспект лекцій на електронному носії.
4. Слайдові презентації курсу «Економіка торговельного підприємства» (лекційні та практичні заняття) в програмі «Microsoft PowerPoint».
5. Друкований роздатковий матеріал.

### **15 . РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

#### **Основна**

1. Апопій В.В. Міщук І.П., Ребицький В.М. Організація торгівлі: підручник. К.: Центр навч. л-ри, 2005. 610 с.
2. Балабан П.Ю. організація торгівлі: навч. посіб. Полтава: ПУЕТ, 2014. 214 с.
3. Береза А., Козак І., Левченко Ф. Електронна комерція. К. : КНЕУ, 2002. 326 с.
4. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник. К.: Книга, 2004. 560 с.
5. Энджел Д.Ф., Блекуэлл Р.Д., Минард П.И. Поведение потребителей: Питер Ком, 2000. 480 с.
6. Про захист прав споживачів. Закон України від 01.12.2005 р. № 3161-IV.
7. Мазаракі А.А., Бланк І.О., Лігоненко Л.О. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 195 с.
8. Малинка О.Я., Устенко А.О. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Фоліант, 2015. 348 с.

#### **Додаткова**

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент. К. : Украинско-финский институт менеджмента и бизнеса, 2004. 408 с.
2. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: стан та перспективи. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 807 с.
3. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Оптова торгівля: організація та технологія: навч. посіб. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 265 с.
4. Паламаренко Я.В. Особливості системи управління підприємствами спиртової промисловості України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 19. С. 65-70.
5. Краус К.М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу; концепції, організація, домінанти розвитку: монографія. Полтава. Дивосвіт, 2012. 162 с.
6. Устенко А. О. Малинка О.Я. Управлінська діагностика: навчальний посібник, Івано-Франківськ: Фоліант, 2017. 265 с.
7. Офіційний сайт фахового журналу *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. URL: [efm.vsau.org](http://efm.vsau.org)

### Інформаційні ресурси

1. Презентації лекційного курсу «Організація торгівлі» (персональний кабінет викладача)
2. Тестові завдання з курсу (внутрішній сайт ВНАУ)
3. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ).
4. Законодавча база Верховної Ради України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/>.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)
7. Офіційний сайт Національний банку України. URL: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua)
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>