

Центральноукраїнський національний технічний університет
Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з
науково-
педагогічної роботи
КИРИЧЕНКО А.М.



20 23 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології управління торговельною діяльністю в диджитал сфері

Спеціальність D7 «Торгівля»
Освітньо-професійна програма:
«Підприємництво та торгівля у смарт-середовищі»
Економічний факультет

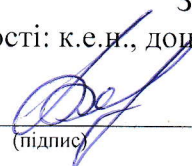
2025 – 2026 навчальний рік

Розробники: канд. екон. наук, доцент Сторожук Оксана Василівна
канд. екон. наук, доцент Немченко Тетяна Анатоліївна

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Протокол від “ 28 ”серпня 2025 року № 1

Зав. кафедри економіки,
менеджменту та комерційної діяльності: к.е.н., доцент РЯБОВОЛИК Т.Ф.



(підпис) (РЯБОВОЛИК Т.Ф.)

Декан економічного факультету: д.е.н., проф. ШАЛІМОВА Н.С.



(підпис) (ШАЛІМОВА Н.С.)

©ЦНТУ, 2025 рік
© Сторожук О.В.,
Немченко Т.А.
2025 рік

1.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 4	Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D7 «Торгівля»	Спеціальної (фахової)	
		Рік підготовки:	
Загальна кількість годин - 120	Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та торгівля у смарт-середовищі»	1-й	1-й
		Семестр	
		1-й	1-й
Тижневих годин навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 4,5	Рівень вищої освіти: другий (магістерський)	Лекції	
		32 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	2 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		72	114
		Вид контролю: екзамен	

Мова навчання: українська

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Технології управління торговельною діяльністю в диджитал сфері» є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо сучасних технологій управління торговельною діяльністю в умовах цифрової трансформації, впровадження інноваційних інструментів організації, контролю та розвитку підприємницьких і торговельних структур у смарт-середовищі.

Завдання вивчення дисципліни:

- вивчення концептуальних основ управління торговельною діяльністю в умовах диджиталізації економіки;
- формування у здобувачів освіти комплексу знань і навичок щодо застосування цифрових технологій для планування, організації та контролю торговельних процесів;
- ознайомлення з методами оптимізації бізнес-моделей у роздрібній та оптовій торгівлі, засобами персоналізації сервісу та управління лояльністю споживачів;
- вироблення умінь впроваджувати антикризові технології, системи моніторингу якості та оцінки ефективності управлінських рішень у торговельних підприємствах;
- засвоєння принципів організації торговельної діяльності на засадах сталого розвитку та соціальної відповідальності;
- формування навичок роботи з сучасними цифровими платформами для розширення ринкових можливостей торговельного бізнесу.

Передумови для вивчення дисципліни (структурно-логічна схема підготовки фахівця): враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна вивчається паралельно з викладанням наступних дисциплін: Психологія розвитку та самоменеджменту, Business communication in professional and public activities, Цивільний захист, Підприємництво в SMART-середовищі, Інноваційні методи мотивації персоналу, Логістичні стратегії в торгівлі та дистрибуції, Стратегічний та інноваційний розвиток у сфері підприємництва та торгівлі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

Інтегральну компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Загальні компетентності

ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні компетентності

СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур.

СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності

СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

СК 5. Здатність до ініціювання і реалізації інноваційних проєктів в підприємницькій та торговельній діяльності.

СК 6. Здатність планувати та організовувати діяльність організацій з урахуванням вимог смарт-середовища, використовувати технології та методи управління інноваціями у стратегічному і тактичному вимірах на засадах сталого розвитку.

СК 7. Здатність обирати і використовувати методи та технології для ведення підприємницької та торговельної діяльності із застосуванням цифрових інструментів та засобів PR-менеджменту.

Програмні результати навчання

ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

ПРН 3. Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

ПРН 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

ПРН 5. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 6. Розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

ПРН 7. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва і торгівлі.

ПРН 8. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.

ПРН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та

торговельної діяльності.

ПРН 10. Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.

ПРН 11. Впроваджувати інноваційні проєкти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких і торговельних структур.

ПРН 13. Визначати основні тренди підприємницької та торговельної діяльності у смарт-середовищі, управляти інноваціями в стратегічному та тактичному вимірі в контексті сталого розвитку.

ПРН 14. Використовувати новітні засоби та методи ведення підприємницької та торговельної діяльності з використанням PR технологій і цифрових інструментів в умовах розвитку смарт-середовища.

2. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи управління торговельною діяльністю

Тема 1. Сутність та структура управління торговельною діяльністю

Сутність поняття «торгівля», її функції, завдання, концепції та принципи. Роздрібна торгівля: суть, зміст, особливості організації. Позамагазинні форми продажів. Роль та види оптової торгівлі. Посередники в оптовій торгівлі. Електронна торгівля, її роль в умовах становлення смарт-середовища.

Тема 2. Організація діяльності торговельних підприємств

Особливості функціонування торговельних підприємств в Україні. Інтеграція та диверсифікація діяльності в управлінні торговими підприємствами. Розвиток торгівлі у ході Третьої і Четвертої промислових революцій. Управління товарними запасами та ціноутворення. Управління витратами. Сервісна політика, сервісний дизайн та взаємодія з клієнтами. Оцінювання якості торговельного обслуговування. Контроль фінансових потоків у торгівлі, FinTech у торгівлі. Інвестиційні рішення у торгових підприємствах.

Тема 3. Маркетинг та управління клієнтським досвідом в умовах становлення смарт-середовища

Управління брендом та клієнтоорієнтованість. Маркетинг роздрібною та оптовою торгівлі. Digital-маркетинг у торгівлі. Персоналізація та лояльність споживачів. Реклама в диджитал-середовищі. Мотиваційні засади удосконалення управління персоналом для ефективної організації маркетингу та стимулювання збуту.

Тема 4. Антикризові технології управління торговельною діяльністю підприємств

Ключові проблеми антикризового управління в торговому бізнесі. Технології виявлення та діагностики криз в торговельній діяльності. Ризик-менеджмент як система управління. Класифікація ризиків підприємств торгівлі. Стратегічна профілактика ризиків в антикризовому управлінні торговим

підприємством в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Оцінювання ефективності впроваджених антикризових заходів та управлінських рішень в торговельній діяльності. Цифрові інструменти антикризового управління.

Змістовий модуль 2. Технологічна трансформація торговельної діяльності під впливом диджиталізації

Тема 5. Новітні детермінанти та сучасні тенденції розвитку торгівлі

Основні концепції та моделі торговельної діяльності. Інноваційні бізнес-моделі у ритейлі та електронній комерції. Вплив цифрової трансформації на торгівлю. Факторинг, франчайзинг та партнерські мережі.

Тема 6. Електронна комерція: моделі та інструменти.

B2B, B2C, C2C, D2C – особливості електронної комерції. Платформи та маркетплейси (Amazon, eBay, Rozetka, Prom). Фінансові сервіси для електронної комерції (Stripe, PayPal, LiqPay). Управління онлайн-магазином та автоматизація процесів. Системи моніторингу якості виконання робіт та оцінки продукції, товарів і послуг.

Тема 7. Автоматизація та цифрові технології в управлінні торгівлею

Використання CRM та ERP-систем у торгівлі. Big Data та AI для прогнозування попиту. Автоматизація процесів та безконтактні технології.

Тема 8. Сталий розвиток та соціальна відповідальність у торгівлі

Організація торговельної діяльності в умовах становлення циркулярної економіки та засадах впровадження ESG-критеріїв та екологічного менеджменту. Ініціювання відповідального споживання та впровадження "зелених" ініціатив в торговельній діяльності. Стратегічне управління стійкістю торговельних підприємств в умовах диджиталізації економіки. Роль людського капіталу у забезпеченні стійкості торговельних підприємств.

Тема 9. Новітні тренди в управлінні торговельною діяльністю

Оmnіканальність та нові формати ритейлу. Метавсесвіт і VR/AR у торгівлі. Сталі технології у роздрібній та електронній комерції. Криптовалюти та блокчейн у торгівлі. BNPL (Buy Now, Pay Later) та інші фінансові інновації. Оцінка ефективності впровадження інновацій та їх впливу на якість торговельної діяльності.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				Кількість годин			
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
1	2	л	п	с.р.	6	л	п	с.р.
Тема 1. Сутність та структура управління торговельною діяльністю	14	4	2	8	14	1		13
Тема 2. Організація діяльності торговельних підприємств	16	4	2	10	16	1	1	14
Тема 3. Маркетинг та управління клієнтським досвідом в умовах становлення смарт-середовища	14	4	2	8	14			4
Тема 4. Антикризові технології управління торговельною діяльністю підприємств	14	4	2	8	14			14
Тема 5. Новітні детермінанти та сучасні тенденції розвитку торгівлі	12	4	2	6	12	1		11
Тема 6. Електронна комерція: моделі та інструменти.	14	4	2	8	14			14
Тема 7. Автоматизація та цифрові технології в управлінні торгівлею	12	4	2	6	12	1	1	10
Тема 8. Сталий розвиток та соціальна відповідальність у торгівлі	12	2	1	9	12			12
Тема 9. Новітні тренди в управлінні торговельною діяльністю	12	2	1	9	12			12
Усього годин	120	32	16	72	120	4	2	114

4. Теми практичних занять

Назва теми	Кількість годин	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Тема 1. Сутність та структура управління торговельною діяльністю	2	
Тема 2. Організація діяльності торговельних підприємств	2	1
Тема 3. Маркетинг та управління клієнтським досвідом в умовах становлення смарт-середовища	2	
Тема 4. Антикризові технології управління торговельною діяльністю підприємств	2	
Тема 5. Новітні детермінанти та сучасні тенденції розвитку торгівлі	2	
Тема 6. Електронна комерція: моделі та інструменти.	2	
Тема 7. Автоматизація та цифрові технології в управлінні торгівлею	2	
Тема 8. Сталий розвиток та соціальна відповідальність у торгівлі	1	1
Тема 9. Новітні тренди в управлінні торговельною діяльністю	1	
Разом	16	2

5. Самостійна робота

Назва теми	Кількість годин	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Тема 1. Сутність та структура управління торговельною діяльністю	8	13
Тема 2. Організація діяльності торговельних підприємств	10	14
Тема 3. Маркетинг та управління клієнтським досвідом в умовах становлення смарт-середовища	8	4
Тема 4. Антикризисні технології управління торговельною діяльністю підприємств	8	14
Тема 5. Новітні детермінанти та сучасні тенденції розвитку торгівлі	6	11
Тема 6. Електронна комерція: моделі та інструменти.	8	14
Тема 7. Автоматизація та цифрові технології в управлінні торгівлею	6	10
Тема 8. Сталий розвиток та соціальна відповідальність у торгівлі	9	12
Тема 9. Новітні тренди в управлінні торговельною діяльністю	9	12
Разом	72	114

6. Індивідуальні завдання

Виконання індивідуальних завдань має за мету поглибити знання з дисципліни **«Технології управління торговельною діяльністю в диджитал сфері»**. Індивідуальні завдання передбачають підготовку індивідуальних і командних проєктів, а також глибоке опрацювання однієї з наведених нижче тем та її презентацію на практичному занятті:

1. Еволюція підходів до організації торговельної діяльності: від традиційних до смарт-моделей.
2. Функціональна взаємодія елементів системи управління торгівлею.
3. Сучасні формати роздрібної торгівлі та їх конкурентні переваги.
4. Роль посередників у формуванні ефективних оптових мереж.
5. Порівняння традиційних і цифрових каналів збуту на українському ринку.
6. Вплив споживчих трендів на формування асортименту в роздрібній мережі.
7. Особливості роботи торгових підприємств у регіональному розрізі.
8. Електронна торгівля як драйвер розвитку торговельних підприємств у смарт-середовищі.
9. Механізми інтеграції та диверсифікації як інструменти зростання торговельного бізнесу.
10. Методи оптимізації товарних запасів і гнучкого ціноутворення.

- 11.Розробка та реалізація ефективної сервісної політики у торговому підприємстві.
- 12.Виявлення та рання діагностика кризових явищ у торгівлі.
- 13.Цифрові інструменти підтримки антикризових рішень.
- 14.Формування бренду в умовах високої конкуренції та цифровізації.
- 15.Персоналізація клієнтського досвіду як інструмент підвищення лояльності.
- 16.Інноваційні моделі торгівлі: переваги та ризики впровадження.
- 17.Партнерські мережі як основа масштабування торговельного бізнесу.
- 18.Використання факторингу для підвищення фінансової стійкості підприємства.
- 19.Роль маркетплейсів у розширенні каналів збуту.
- 20.Фінансові сервіси для міжнародних транзакцій у електронній комерції.
- 21.Розробка програм відповідального споживання для клієнтів.
- 22.Впровадження стандартів обслуговування клієнтів у роздрібній мережі.
- 23.Методи оптимізації простору торгового залу та логістики продажів.
- 24.Використання динамічного ціноутворення у торгівлі.
- 25.Інструменти контролю та аудиту фінансових операцій у торговому бізнесі.
- 26.Розробка сценаріїв дій торговельного підприємства в умовах економічної рецесії.
- 27.Використання хмарних технологій у кризовому управлінні.
- 28.Формування довіри до бренду в період ринкової нестабільності.
- 29.Розробка програми лояльності для клієнтів у диджитал-середовищі.
- 30.Перспективи впровадження доповненої реальності у процесі продажу.
- 31.Цифрова дорожня карта трансформації торговельної компанії.
- 32.Оцінка ефективності франчайзингових проектів у торгівлі.
- 33.Вплив платформенної економіки на розвиток малого бізнесу в торгівлі.
- 34.Порівняння ефективності різних платіжних сервісів в електронній комерції.
- 35.Крос-канальні продажі у цифровому середовищі.
- 36.Корпоративна політика сталого розвитку для торговельної компанії.
- 37.Інструменти зниження вуглецевого сліду в торговельній логістиці.
- 38.Досвід міжнародних ритейлерів у впровадженні ESG-стандартів.
- 39.Вплив етичного маркетингу на поведінку споживачів.
- 40.Потенціал блокчейн-рішень у відстеженні ланцюга постачання.

7. Методи навчання

Для досягнення програмних результатів навчання застосовуються наступні методи навчання і викладання:

- словесні (лекції, бесіди);
- наочні, під час лекцій (інформаційних, аналітичних, проблемних) та практичних занять, в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення та інших ТЗН;
- практичні, під час виконання практичних робіт, задач, вправ;
- інтерактивні методи навчання під час проведення опитування, аналізу практичних ситуацій, дискусії, мозкового штурму, ділових ігор, розгляду кейс-стаді;
- інноваційні, зокрема проєктно-дослідницький метод; інтегровані методи; заняття із використанням ІКТ. Застосовуються наступні інформаційно-комунікаційні технології та диджитал-інструменти: програмні продукти від Microsoft, цифрові інструменти Google, програмне забезпечення для проведення опитувань Kahoot, Mentimeter, хмарні презентаційні сервіси Canva, Qlik Sense, «Вчасно.Каса» та ін.;
- методи дистанційного навчання за допомогою платформ: Moodle, Zoom.

8. Критерії та засоби оцінювання

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: поточне оцінювання здійснюється у формі тестування в Moodle, презентації індивідуальних і командних проєктів, усного опитування та перевірки результатів виконання індивідуальних розрахункових завдань.

Семестровий підсумковий контроль проводиться у формі екзамену.

Критерії оцінювання доводяться до здобувачів на початку вивчення навчальної дисципліни. Більш детальний розподіл балів відображено в курсі на платформі Moodle.

Загальна кількість балів, виділених для оцінки результатів під час одного рубіжного контролю навчальної дисципліни, при семестровому контролі у формі екзамену - 30 балів. Протягом семестру здобувач може отримати максимум 60 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 30 балів, другий рубіжний контроль – 30 балів. Загальна кількість балів, виділених на проведення семестрового екзамену, складає 40 балів. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», а також за 100-бальною шкалою та шкалою ECTS.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види 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
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Оцінку «відмінно» (90-100 балів, A) отримує здобувач, який:

- всебічно, систематично і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв літературу, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;
- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

Оцінку «добре» (82-89 балів, B) – отримує здобувач, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправляє, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу.

Оцінку «добре» (74-81 бал, C) отримує здобувач, який:

- в загальному обсязі роботу виконав, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;
- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;
- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання,

передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою.

Оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – отримує здобувач, який:

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;
- виконує завдання, але при рішенні допускає значну кількість помилок;
- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;
- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

Оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – отримує здобувач, який:

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

Оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється здобувачу, який:

- виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

Оцінка «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється здобувачу, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;
- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;
- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

Підсумкова (загальна оцінка) курсу навчальної дисципліни є сумою оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове тестування рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за виконання практичних індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів. Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок.

9. Список рекомендованих для опрацювання джерел

Основні:

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 2-ге видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури. 2018. С. 632.
2. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
3. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
4. Галич О. А., Копішинська О. П., Дресвяннікова Н. А., Уткін Ю. В. Електронна комерція: навчальний посібник. Полтава, 2018. 272 с.
5. Електронна комерція: курс лекцій/ О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва., В.М. Тебенко. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с. URL:

<http://feb.tsatu.edu.ua/wpcontent/uploads/2018/07/Konspekt-lektsij-Elektronna-komertsiya-2020.pdf>

6. Заяць І.О., Якоб Є.Й. Цифрова торгівля як новий економічний підхід до діджиталізації торговельного сектору. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2024. Вип. 51. С. 34-40.

7. Ковальов А. І., Кічук Н. В., Захарченко Н. В., Клевцевич Н. А., Горбаченко С. А. Антикризове управління бізнесом: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2022. – 182 с.

8. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsiiia_2021.pdf

9. Мазур І.В., Семенець І.А., Лопашук Н.А. Економіка торговельного підприємства : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.

10. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст] : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.

11. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник // за заг. ред. А. М. Слободяник, О. Ю. Могилевська, Л. В. Романова, І. Ю. Салькова. -К.: КиМУ, 2022. -228 с.

12. Торговельне підприємництво : навч. посіб. Юрко І.В. К. : Центр навчальної літератури, 2019. 232 с.

13. Черниш О. І. Інноваційні технології в управлінні сервісами торговельних підприємств. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 150 с. URL: <https://doi.org/10.30970/2021-1-05>.

14. Chase C. W. Consumption-Based Forecasting and Planning: Predicting Changing Demand Patterns in the New Digital Economy. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2021. 245 p.

15. Niininen O. Contemporary Issues in Digital Marketing. London: Routledge, 2022. 188 p.

Додаткові:

16. Економіка та організація торговельних підприємств : практикум : навч. посіб. / М. В. Семикіна та ін. 2-ге вид. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. 240 с.

17. Жарнікова В. В. Світові тенденції та сучасні реалії розвитку роздрібної торгівлі в умовах цифрової економіки. Ефективна економіка. 2019. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7075> (дата звернення: 14.08.2025). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.5.151

18. Іванов К. Електронна комерція: сутність, функції, форми та сучасний стан. Актуальні проблеми економіки. 2024. № 6 (276), С. 183-194

19. Ігнатенко Р. В. Ecological trends of modern marketing activity. Economics. Finances. Law. 2022. No 2. P. 25–29.

20. Клепанчук О. Сервісна стратегія торговельного підприємства: сучасні тенденції. Економіка та суспільство, 2025. №73. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-120>
21. Ковальова О. М., Кірсанова В. В. Основні форми інтернет-торгівлі: особливості, переваги, недоліки. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 85-92. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.85
22. Кузьо Н. Є., Косар Н. С., Мельниченко І.І. Електронна комерція в Україні: сучасний стан, галузеві особливості та організаційні форми. Маркетинг і цифрові технології. 2021. №5(1). С. 27-41.
23. Максютенко І. Є. Застосування методів стратегічного маркетингу для оцінки перспектив інтернет торгівлі. European scientific journal of economic and financial innovation. 2024. № 1. С. 246-255.
24. Менеджмент. Маркетинг. Підприємництво : навч. посіб. / Т. Ф. Рябоволик, І. О. Андрощук, А. О. Доренська [та ін.]. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. - 208 с.
25. Немченко Т., Сторожук О. Мотивація працівників як ключовий чинник ефективного управління торговельними підприємствами в епоху соціальноорієнтованого бізнесу. Економіка та суспільство, 2025. №75. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-96>
26. Немченко Т.А., В'юник О.В., Сторожук О.В. Технології управління торгівельною діяльністю організацій в умовах ековідповідальності та сталого розвитку: стратегічний, мотиваційний та проєктноорієнтований аспекти. Ефективна економіка, 2025, № 7. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.7.60%20>
27. Немченко Т.А., В'юник О.В., Сторожук О.В., Кіріченко О.В. Синергія проєктного менеджменту, логістики та управління персоналом як чинник стратегічного забезпечення ефективності торговельної діяльності у смарт-середовищі. Наука і техніка сьогодні. 2025. №8 (49). С. 352-363
28. О.В. Сторожук, Т.А. Немченко, О.В. Заярнюк. Профілактика ризиків в антикризовому управлінні торговельним підприємством: мотиваційні та організаційні аспекти, Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки . 13(46) II ч., 2025 с. 103-108. [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2025.13\(46\).2.103-108](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2025.13(46).2.103-108)
29. Пілевич Д. С. Роль електронної комерції в розвитку інформаційної економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління, 2021. №1(17), С. 088–095. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/176587>
30. Повна С., Олифіренко Ю. Електронна комерція та цифровий маркетинг у розвитку національних підприємств. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2023. №2(30). С. 64–73.
31. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19/print>
32. Ромат Є. В., Гранат Л. В. Бренд-стратегії підприємств роздрібної електронної торгівлі. Ефективна економіка. 2021. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2021_1_22

33. Слободяник А., Білич В., Лисий В., Дудковський Т. Стан цифрової сфери роздрібної інтернет-торгівлі. Київський економічний науковий журнал, 2024. №5, 136-142. <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20>
34. Смесова В.Л., Дудка А.С., Дмитрієва А.О. Цифровізація у сфері управління проєктами та електронній торгівлі. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2021. №1. С. 115-126.
35. Стендер С. В., Лисак О. І., Лук'яненко Н. Е. Розвиток електронної комерції та її вплив на цифрову економіку. Академічні візії, 2023. №24. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/619>
36. Сторожук О., В'юник О., Немченко Т. Вплив синергії управлінських технологій і нематеріальної мотивації персоналу в торговельному підприємстві на якість клієнтського досвіду. Наука і техніка сьогодні. 2025. № 7(48). Серія «Економіка». С. 415–428. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7\(48\)-415-428](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7(48)-415-428).
37. Сторожук О.В., В'юник О.В., Немченко Т.А., Кіріченко О.В. Людський капітал як рушій цифрових трансформацій проєктного управління торговельним підприємництвом у смарт-середовищі. “Успіхи і досягнення у науці (Серія «Право», Серія «Освіта», Серія «Управління та адміністрування», Серія «Соціальні та поведінкові науки)”: журнал. 2025. № 8(18) 2025. С. 826-837. (Категорія «Б»). DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8\(18\)-826-837](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8(18)-826-837)
38. Товарознавство. Непродовольчі товари: вироби господарського та культурно-побутового призначення : навч.-метод. посіб. / Полікарпов І.С. та ін. Київ : Магнолія, 2021. 296 с.
39. Цифрова економіка [Текст] : підручник / А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко [та ін.] ; за ред. А. І. Крисоватого, О. М. Десятнюк, О. В. Птащенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2024. - 520 с.
40. Чикуркова А.Д. Антикризове управління: Навчальний посібник для здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня освіти ОПП «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент» денної і вечірньої форми навчання. Кам'янець-Подільський, 2024. 170 с.
41. Чуніхіна Т, Полозов О., Турчин О. Штучний інтелект і аналіз споживчих трендів: перспективи використання в маркетингу. Інвестиції: Практика та досвід. 2024. № 22 С. 162-168. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.22.162>
42. West Emily (2022) BUY NOW: How Amazon branded convenience and normalized monopoly. The MIT Press, Series: Distribution matters. p. 314

Законодавчі джерела та нормативні акти:

43. Податковий кодекс України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
44. Про внутрішню торгівлю : Закон України від 21.12.2000 р. № 2157-III. База даних «Законодавство України» / ВР України.
45. Про захист прав споживачів : Закон України від 21.12.2000 р. № 2157-III. База даних «Законодавство України» / ВР України.

46. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 21.12.2000 р. № 2157-III. База даних «Законодавство України» / ВР України.

Електронні ресурси:

- 47. Світова організація торгівлі (WTO). URL: <http://www.wto.org>
- 48. UN Tade &Development. URL: <https://unctad.org>
- 49. Міжнародна торговельна палата (ICC). URL: <https://iccwbo.org>
- 50. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD). URL: <https://www.oecd.org>
- 51. Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua>
- 52. Торгово-промислова палата України (ТПП). URL: <https://uccr.org.ua>
- 53. Дія.Бізнес. URL: <https://business.dia.gov.ua>
- 54. Національна бібліотека імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
- 55. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/>
- 56. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>