

	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
---	--	---

Назва курсу	Технології управління торговельною діяльністю в диджитал сфері
Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність, освітня програма	Рівень вищої освіти: другий (магістерський) Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D7 «Торгівля» Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та торгівля у смарт-середовищі»
Викладачі	Сторожук Оксана Василівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності Немченко Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Контактний телефон	+38(099)404-70-90 +38(066)362-15-08
Е-mail	oksana_storozhuk@ukr.net nemchenko2015@gmail.com
Обсяг та ознаки дисципліни	Обов'язкова дисципліна спеціальної (фахової) підготовки, змістових модулів – 2. Форма контролю: екзамен. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 32 годин, практичні заняття – 16 годин, самостійна робота – 72 години. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська Рік викладання – 2025-2026 початковий рік
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber за домовленістю.
Пререквізити	Враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисциплін вивчається паралельно з викладанням наступних дисциплін: «Психологія розвитку та самоменеджменту»,

	«Business communication in professional and public activities», «Цивільний захист», «Підприємництво в смарт-середовищі», «Інноваційні методи мотивації персоналу», «Логістичні стратегії в торгівлі та дистрибуції», «Стратегічний та інноваційний розвиток у сфері підприємництва та торгівлі».
--	--

1. Мета і завдання 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 вміння 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.

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.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотехнічному національному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчального дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Завдання
Змістовий модуль 1. Основи управління торговельною діяльністю			
1	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.	14	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Практичні завдання щодо формування кодів ДКПП, УКТЗЕД, КВЕД. Робота у демо-кабінеті «Вчасно.Каса»
2	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.	16	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення практичних завдань щодо порівняльного аналізу торговельних моделей.
3	Тема 3. Маркетинг та управління клієнтським досвідом в умовах становлення смарт-середовища Управління брендом та клієнтоорієнтованість. Маркетинг роздрібною та оптовою торгівлі. Digital-	14	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення ситуативних завдань щодо вибору оптимальних маркетингових стратегій. Автоматизація процесу прийняття

	маркетинг у торгівлі. Персоналізація та лояльність споживачів. Реклама в диджитал-середовищі. Мотиваційні засади удосконалення управління персоналом для ефективної організації маркетингу та стимулювання збуту.		маркетингових рішень.
4	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.	14	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Практичні завдання: формування ризик-карти торговельної організації, вибір оптимального сценарію мінімізації ризиків.
Змістовий модуль 2. Технологічна трансформація торговельної діяльності під впливом диджиталізації			
5	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.	12	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення практичних ситуацій: обґрунтування вибору бізнес-моделі у торгівлі в умовах ринку.
6	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.	14	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення практичних задач та кейсів: вибір оптимальної системи організації е-комерції.
7	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.	12	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення практичних завдань. Функціонал Qlik Sense для прийняття рішень у торгівлі.
8	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	12	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення ситуаційних завдань щодо впровадження сталих технологій просування відповідального споживання у бізнесі.

	торговельній діяльності. Стратегічне управління стійкістю торговельних підприємств в умовах диджиталізації економіки. Роль людського капіталу у забезпеченні стійкості торговельних підприємств.		
9	Тема 9. Новітні тренди в управлінні торговельною діяльністю Оmnіканальність та нові формати ритейлу. Метавесвіт 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	12	Усне опитування. Тестування. Презентації індивідуальних завдань. Вирішення ситуаційних завдань щодо впровадження новітніх трендів в торговельну діяльність.
	Разом	120	

5. Система оцінювання та вимоги

Протягом семестру здобувач може отримати max. 60 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 30 балів, другий рубіжний контроль – 30 балів; 40 балів виносяться на іспит. По поточному контролю здобувач може набрати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, тестування, презентації індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів.

При виставленні загальної оцінки за іспит враховуються результати навчальної роботи здобувача протягом семестру.

Критерії оцінки іспиту:

оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) заслуговує 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 основну і ознайомлений з додатковою літературою, 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, В) – заслуговує здобувач, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в 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) заслуговує здобувач, який:
- в загальному 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) – заслуговує 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) – заслуговує 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 студенту, який:
- виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.
оцінку «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється студенту, 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.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. Рекомендовані джерела інформації

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_komertsija_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, Центральнотраїнський 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 проектами 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 проектного 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](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 Trade & 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.diia.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/>

Посилання на ресурси неформальної освіти:

- 57. Онлайн-курс «Цифровий бізнес». URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-businesses>
- 58. Онлайн-курс «Enterprise 360°». URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/enterprise-360>
- 59. Онлайн-курс «Базовий курс підприємця». URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/basic-course-introduction-to-business>
- 60. Онлайн-курс «Email-маркетолог». URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/email-marketing>
- 61. Онлайн-курс «Касир. Як працює касир та чому ця професія важлива для магазину». URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/cashier>
- 62. Симулятор «Касир. Як моментально замінити стрічку для друкування чеків і працювати з різними системами касових апаратів — все про тонкощі роботи касиром». URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/cashier-simulator>
- 63. Онлайн-курс «Криптограмотність та блокчейн. Модуль 1. Основні терміни криптограмотності: блокчейн, біткоїн, майнінг, Етеріум. Види

криптовалют, токени і смарт-контракти». URL:
<https://osvita.diia.gov.ua/courses/crypto-and-blockchain-module1>

64. Онлайн-курс «Криптограмотність та блокчейн. Модуль 2. Криптовалютні гарантії і їхня безпека, торгівля на біржах, що таке CEX і DEX. Стейкінг, фармінг, ордер, фінансові інструменти та торгова стратегія». URL:
<https://osvita.diia.gov.ua/courses/crypto-and-blockchain-module2>

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри ЕМ та КД, Протокол №1 від «28» серпня 2025 р.