

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, КОРПОРАТИВНОЇ ТА ПРОСТОРОВОЇ
ЕКОНОМІКИ

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ**

«ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

галузь знань	07 «Управління і адміністрування»
спеціальності:	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітня програма:	Підприємництво. Інтернет-трейдинг. Туристичний бізнес
ступінь освіти	бакалавр
факультет	економічний

Вінниця-2022

Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з дисципліни «Торгівельне підприємництво» для здобувачів вищої освіти СО «Бакалавр» освітньої програми «Підприємництво. Інтернет-трейдинг. Туристичний бізнес». Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2022. 28 с.

Розробники:

Олійник Л.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки.

Трегубов О.С., к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки.

Рецензенти:

Якімова Н.С., д.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та поведінкової економіки.

Поліщук О.Т., к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту

Рекомендовано до видання на засіданні кафедри підприємництва, корпоративної і просторової економіки

Протокол № 15 від «10» травня 2022 р.

Завідувач кафедри
підприємництва, корпоративної
і просторової економіки



О.С. ТРЕГУБОВ

Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з дисципліни «Торгівельне підприємництво» містять завдання з укладання глосарію та конспектування навчальних джерел, тренувальні вправи, тестові завдання, теми доповідей, задачі і ситуації для рішення, кейси, теми для підготовки презентацій, рекомендовану літературу для організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти з відповідних тем навчальної дисципліни.

СХВАЛЕНО:

Експерт з якості



О.Ю.БОЄНКО

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ВИДИ ЗАВДАНЬ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	6
ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	
З ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»	9
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА / ІНТЕРНЕТ-ДЖЕРЕЛА	28

ВСТУП

Самостійна робота здобувачів вищої освіти – це форма організації освітнього процесу, за якої здобувачі вищої освіти опановують дисципліну в час, вільний від навчальних занять.

Метою самостійної роботи є засвоєння у повному обсязі навчальної програми та формування у здобувачів вищої освіти умінь самостійно (без безпосередньої участі викладача) опановувати теоретичні й практичні знання, у тому числі із застосуванням сучасних технологій.

Дисципліна «Торгівельне підприємництво» спрямована на формування у здобувачів першого (бакалаврського) освітньо-професійного рівня вищої освіти загальних та фахових компетентностей щодо набуття системних знань і навичок з метою забезпечення ефективного ведення підприємницької діяльності в сфері торгівлі.

Метою вивчення дисципліни є: формування системи знань, вмінь і навичок у майбутніх фахівців з організації підприємництва в сфері обігу товарів та послуг.

Завдання дисципліни полягає у формуванні основ наукового світогляду на торговельне підприємництво та проблеми бізнесу, засвоєнні основних термінів та понять торговельного підприємництва на рівні їх відтворення і тлумачення; здобутті навичок та умінь застосовувати їх у практичній діяльності для підвищення конкурентоспроможності фахівця у торговельній сфері.

Програмні результати навчання:

- Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й умінь критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.
- Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.
- Мати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами.
- Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
- Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності .
- Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.
- Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати .

- 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.
- Демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.
- Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.
- Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
- Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
- Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.
- Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.
- Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.
- 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.
- Знати основи обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній і біржовій діяльності.
- Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.
- Застосовувати спеціалізовані інформаційні системи і комп'ютерні технології для виконання професійних завдання з організації діяльності з електронної (інтернет) комерції.

Методичні рекомендації містять типові завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, їх дефініції, особливості складання, мету, приклади.

Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти розробляються викладачем, містяться в силабусі, оприлюднюються на порталі і доводяться до здобувачів вищої освіти на першому занятті з навчальної дисципліни.

ВИДИ ЗАВДАНЬ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Укладання глосарію за темами, винесеними на самостійне опрацювання, як вид самостійної роботи здобувача вищої освіти передбачає письмове впорядкування в алфавітному порядку переліку опорних термінів із їхніми визначеннями (дефініціями) в межах конкретних тем, передбачених для позааудиторного вивчення. Такий глосарій являє собою спрощену і скорочену версію термінологічного словника відповідної галузі знань, оскільки обмежується певною темою (темами).

Мета укладання глосарію – оцінити рівень глибини та осмисленості засвоєння здобувачем матеріалу, визначити його вміння виокремлювати поняттєво-категорійний апарат у межах відповідного змістового блоку, виявити розуміння ним основних термінопонять.

Конспектування навчальних джерел передбачає самостійне опрацювання здобувачами вищої освіти науково-критичних і навчальних праць з дисципліни (статті, частини монографій / підручників / навчальних посібників, есе, теоретичні трактати і под.) з метою виокремлення концепту (основної ідеї) тексту, промови, публікації, інтерв'ю шляхом вдумливого опрацювання матеріалу.

Конспект – стислий, логічний та зв'язний виклад інформації основного джерела, що подається в письмовому вигляді. Мета конспектування полягає не лише у тому, щоб опрацювати і зафіксувати інформацію, закладену у тексті-джерелі, але й здійснити її критичний аналіз і подати її у формі згорнутого і переосмисленого письмового тексту. Конспект призначений для закріплення в пам'яті певної інформації і використовується як для її відтворення, так і для її засвоєння. Вміння правильно конспектувати є важливою навичкою, необхідною як при навчанні, так і для досягнення успіхів у професійній діяльності. Конспектування сприяє, зокрема, розвитку та закріпленню таких компетентностей:

- здатність спілкуватися державною та / або іноземною мовою. Як усно, так і письмово;
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт;
- вміння використовувати необхідну довідкову літературу.

В залежності від мети конспектування серед завдання для самостійної роботи пропонуються такі типи конспектів:

Конспект-схема – конспект, який має вигляд плану, пункти якого представлені питальними конструкціями, а сам конспект представляє собою відповіді на ці питання.

Тематичний конспект – конспект, мета якого полягає у висвітленні окремого питання або теми, застосовуючи при цьому різні джерела інформації.

Основні правила конспектування:

- конспект має містити основну інформацію за темою, без відхилів і доповнень, включати в конспект слід лише істотні положення;
- під час написання конспекту слід використовувати техніку цитування;
- конспект має містити логічні висновки та узагальнення;
- структуровану інформацію можна подавати у вигляді схем, таблиць, рисунків, графіків тощо;
- при конспектуванні часто використовуються скорочення і аббревіатури;
- конспект обов'язково має містити інформацію про джерело.

Тренувальна вправа як вид самостійної роботи передбачає свідоме виконання розумових і практичних дій здобувачів вищої освіти з метою формування, закріплення й удосконалення необхідних умінь і навичок. Функція такої вправи – трансформувати знання здобувачів у навички й уміння, сформувати готовність до практичної діяльності, відтворювальної та творчої активності в різних умовах. Виконанню тренувальних вправ завжди передують засвоєння теоретичного навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання.

Мета виконання тренувальних вправ – оцінити рівень міцності засвоєних самостійно знань, глибину їх розуміння, уміння практично їх застосовувати.

Тести є інструментом оцінювання результатів навчання як програмних, так і за освітніми компонентами, вибірковими дисциплінами, окремими темами. Тестовий формат оцінювання знань і вмінь може бути спрямований на такі типи результатів опанування освітньої програми як знання, розуміння, застосування, вміння аналізувати, надавати оцінку, синтезувати і створювати нові знання і продукти відповідно до рівня і ступеню освіти. Тести можуть бути самостійною формою чи складовою частиною поточного чи/та підсумкового контролю.

Мета тесту – оцінити рівень знань та вмінь здобувачів вищої освіти, проаналізувати результати в частині їх відповідності до очікуваного переліку зазначених в ОП результатів навчання та компетентностей, визнати рівень засвоєння і опанування кожним здобувачем.

Доповідь – це 1) один з видів монологічного мовлення, публічне, розгорнуте, офіційне повідомлення з певного питання, ґрунтоване на залученні документальних даних; 2) повідомлення або документ, зміст якого представляє інформацію та відображає суть питання або дослідження стосовно цієї ситуації.

Мета доповіді – це інформування. Проте, доповіді можуть включати рекомендації, пропозиції або інші мотиваційні елементи.

Задача – це об'єкт розумової діяльності, що містить чітко визначену мету і завдання при заданих умовах, потребує розв'язання шляхом

математичних обчислень із застосуванням методичного інструментарію. Задача повинна містити запитання, умову та вихідні дані.

Ситуація – це умова або сукупність умов, обставин або подій, що створюють певну ситуацію, викликають певні взаємовідносини людей, стан, положення або обстановку.

Мета рішення задач/ситуацій – обробляти інформацію, застосовувати знання при розв'язуванні задач, практичних ситуацій із застосуванням методичного інструментарію, демонструвати критичне, аналітичне та логічне мислення, здійснювати комунікації, працювати автономно та/або в команді.

Залежно від рівня складності задачі/ситуації спрямовані на відпрацювання цілей навчання на різних рівнях таксономії Блума (знати, розуміти, застосовувати, аналізувати, оцінювати, створювати).

Кейси є інструментом оцінювання результатів навчання (програмних, за освітніми компонентами, вибірковими дисциплінами та окремими темами). Метод кейсів оцінювання знань і вмінь може бути спрямований на такі результати опанування освітньої програми як застосування знань у практичних ситуаціях, вміння аналізувати та синтезувати, надавати оцінку, командна робота.

Кейс являє собою реальні або уявні ситуації, що мали місце у певній сфері діяльності або до них максимально наближені та слугують основою для обговорення окремими здобувачами чи групою здобувачів під керівництвом викладача.

Мета кейсу – оцінити рівень знань та вмінь здобувачів вищої освіти, проаналізувати результати в частині їх відповідності до очікуваного переліку зазначених в ОП результатів навчання та компетентностей, визначити рівень засвоєння і опанування кожним здобувачем, вміння використовувати його у практичних ситуаціях.

Презентація – це ефективний та універсальний формат донесення інформації, який являє собою набір слайдів та спеціальних ефектів (слайд-шоу), текстовий вміст презентації, замітки доповідача, а також роздавальний матеріал для аудиторії, що зберігаються в одному файлі.

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТОВАРНОГО РИНКУ

1. Загальні основи торговельного підприємництва.
2. Види та організаційно-правові форми торговельного підприємництва
3. Державне регулювання торговельного підприємництва.

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання глосарію за дефініціями дисципліни.

Формат глосарію – таблиця, що містить термін, скорочення, поняття (в лівому стовпчику) і визначення, пояснення, розшифровку аббревіатури (в правому).

Основні вимоги до укладання глосарію:

1) реєстр глосарію повинен включати невелику кількість слів-термінопонять, відібраних на основі аналізу частотності їх уживання у відповідних тематичних блоках, укладених в алфавітному порядку;

2) словникова стаття як структурна одиниця глосарію повинна складатися із заголовної одиниці (назва поняття, терміну тощо) й тексту, що роз'яснює заголовну одиницю та описує її основні характеристики;

3) словникова стаття має бути короткою, добре структурованою;

4) доцільним може бути включення до глосарію змістових і методичних коментарів;

5) схвалюється англomовний переклад словникових статей глосарію.

Укладений глосарій має відповідати таким характеристикам, як: лаконічність, призначення певній темі вивчення, простота будови й системність викладу матеріалу.

2. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Сутнісна характеристика товарного ринку.
2. Роль товарного ринку світу .

3. Тренувальна вправа:

1. Оберіть певний товар або послугу та класифікуйте його цільовий ринок за такими ознаками: спеціалізацією, територіальною ознакою, механізмом функціонування, ступенем монополізації, рівнем насиченості, ступенем відкритості та активністю ринкових процесів (оформити у таблиці).

4. Тестові завдання:

1. Інфраструктура товарного ринку – це:

- а) Сукупність інститутів, систем, служб підприємств, що обслуговують ринок і виконують певне призначення у забезпеченні нормального режиму його функціонування.
- б) Сукупність спеціалізованих організацій, що діють у межах особливого ринку.
- в) укупність галузей, що обслуговують нормальне функціонування матеріального виробництва.

г) Це сукупність видів діяльності та суб'єктів господарювання, які забезпечують безперебійний обіг речовинних чинників виробництва і товарів кінцевого споживання та надають комплекс послуг з метою підвищення ефективності товарного обігу та раціонального споживання товарів, більш повного задоволення потреб та попиту споживачів.

2. *Ринок - це:*

- а) Сукупність покупців та продавців.
- б) Сукупність покупців або всякої групи людей, що вступають у тісні ділові відносини і укладають важливі угоди з приводу будь-якого товару.
- в) Сукупність економічних відносин, за допомогою яких здійснюється обіг суспільного продукту в товарно-грошовій формі.
- г) Тип господарських зв'язків між суб'єктами господарювання.

3. *Які типи господарських відносин існують?*

- а) Натурально-речові, безоплатні, відповідно до обсягу і структури потреб.
- б) Товарні, що здійснюються за допомогою ринку.
- в) Усі наведені типи.

4. *Які характерні риси товарного ринку?*

- а) Взаємне погодження сторін, що здійснюють обмін.
- б) Еквівалентна відплатність.
- в) Вільний вибір партнерів.
- г) Наявність конкуренції.
- д) Усі наведені приклади.

5. *Які існують типи ринків?*

- а) Нерозвинений – ринкові відносини мають випадковий, найчастіше товарний (бартер) характер.
- б) Вільний (класичний) ринок.
- в) Регульований.
- г) Деформований.
- д) Усі наведені типи.

6. *Які умови необхідні для переходу до ринкового господарювання в Україні?*

- а) Наявність у економіці різноманітних форм власності.
- б) Забезпечення свободи господарської діяльності.
- в) Формування механізму вільного ціноутворення.
- г) Вільне маневрування ресурсами.
- д) Повнота і доступ до інформації.
- е) Наявність ринкової інфраструктури.
- ж) Усі наведені відповіді.

7. *Регулювання ринку можливо:*

- а) За допомогою власного ринкового механізму, елементами якого є конкуренція, прибуток, ціна, попит, пропозиція тощо.
- б) Держава прямо та опосередковано через держзамовлення, податки тощо.
- в) Усі наведені відповіді.

8. *Який ринок характеризує становище, за якого попит перевищує пропозицію?*

- а) Ринок продавця.
- б) Ринок цінних паперів.
- в) Ринок покупця.

г) Ринок товарів.

9. Які умови функціонування товарного ринку є основними?

- а) Матеріальна зацікавленість виробника в обслуговуванні попиту.
- б) Наявність резервів виробних потужностей і робочої сили.
- в) Наявність інфраструктури ринкового господарювання.
- г) Наявність стійкого грошового обігу.
- д) Усі наведені умови.

10. Які з перелічених суб'єктів ринку являються основними елементами інфраструктури товарного ринку?

- а) Біржі (товарні).
- б) Торговельні посередники.
- в) Аукціони, ярмарки та інші форми організаційного внебіржового посередництва.
- г) Спеціальні рекламні агентства.
- д) Торгівельні палати.
- е) Комерційно-виставочні комплекси.
- ж) Консалтингові компанії.
- з) Усі наведені суб'єкти ринку.

ТЕМА 2. ІНФРАСТРУКТУРА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Сутність і зміст інфраструктури торговельного підприємництва
2. Суб'єкти інфраструктури торговельного підприємництва
3. Характеристика окремих елементів інфраструктури торговельного підприємництва

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Основні елементи торговельного підприємства.
2. Види юридичних організацій, що функціонують в рамках інфраструктури торговельного підприємництва.

2. Теми доповідей:

1. Сутність функціонування торгівельно-промислових палат.
2. Особливості функціонування ярмарок. Вплив ярмарок на розвиток підприємницької діяльності.

3. Тренувальні вправи:

1. За власним бажанням обрати торговельне підприємство виробника, де необхідно зазначити характерні особливості складових концепції, відповідно інфраструктури торговельного підприємництва (заповнити таблицю).

2. Тестові завдання:

1. *Визначте з нижченазваних видів договорів такі, що належать до майнових:*

- а) зберігання, позики, перевезення, майнового найму;
- б) купівлі-продажу, постачання, обміну, дарування;
- в) оренди та підряду;
- г) всі вище перераховані.

2. *З наведених визначень вкажіть те, яке відображає поняття «ділер»:*

- а) особа, яка діє від імені виробника або покупця (споживача);
- б) посередник, який здійснює перепродаж товарів від свого імені за свій рахунок;
- в) особа, яка дає доручення щодо реалізації продукції зі складських приміщень;
- г) посередник, який укладає угоди, діє за дорученням і за рахунок клієнтів;

3. *Яке з наведених нижче визначень найточніше характеризує сутність комерційної діяльності?*

- а) сукупність операцій, що забезпечують виконання планових завдань при високому рівні культури обслуговування;
- б) сукупність елементів торгово-оперативної діяльності, спрямованої на одержання прибутку;
- в) сукупність операцій з організації торгово-оперативних процесів і управління ними;
- г) всі вище перераховані.

4. *Значення «Виробничого плану» для можливих інвесторів полягає у:*

- а) визначенні раціональності технологічної схеми;
- б) визначенні особливостей товару чи послуги і їх конкурентоспроможність;
- в) одержання прибутку;
- г) вказане в пунктах а та б.

5. *До основних суб'єктів комерційної діяльності в торгівлі можуть бути віднесені:*

- а) магазини, магазини-склади, товарні біржі;
- б) дрібно роздрібна торговельна мережа, транспортні підприємства;
- в) оптові підприємства, речові та продовольчі ринку, рекламні агентства;
- г) всі вищеназвані.

6. *Назвіть установчі документи, які необхідні під час створення підприємства:*

- а) реєстраційна картка, статут;
- б) статут, установчий договір;
- в) квитанція про оплату реєстрації;
- г) все вище назване.

7. *В «Організаційному плані» слід висвітлити питання:*

- а) які саме фахівці та з якою оплатою потрібні для успішного ведення справ;
- б) організаційні схеми підприємства та схеми розповсюдження товарів;
- в) взаємодії структурних підрозділів підприємства;
- г) вибір юридично-правової форми бізнесу.

8. *Які кінцеві цілі переслідує підприємець?*

- а) отримання соціального ефекту;
- б) досягнення комерційного успіху і одержання прибутку;
- в) підвищення престижу фірми;
- г) виробництво якісної продукції.

ТЕМА 4. ТОВАРООБОРОТ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1. Сутність, види та характеристики товарообороту торговельних підприємств.
2. Товарооборот оптових торговельних підприємств.
3. Товарооборот роздрібних торговельних підприємств.
4. Товарооборот в системі показників ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства.

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання конспекту-схеми з висвітленням питань:

1. Класифікація товарообороту роздрібних торговельних підприємств в залежності від специфіки операцій з купівлі-продажу товарів.
2. Класифікація товарообороту роздрібних торговельних підприємств в залежності від форми грошових розрахунків.
3. Класифікація товарообороту роздрібних торговельних підприємств в залежності від термінів розрахунку за реалізовані товари.
4. Класифікація товарообороту роздрібних торговельних підприємств в залежності від характеру реалізованих товарів.

2. Розв'язання задач:

1. Визначити динаміку товарообороту торговельного підприємства в діючих і порівнянних цінах і дати їм оцінку.

План товарообороту торговельного підприємства на рік - 5070000 тис. грн.

Фактичне виконання плану:

- 1) за звітний рік - 5612000,5 тис. грн;
- 2) за минулий рік - 4813000,4 тис. грн.

Ціни на продукцію у звітному році підвищилися на 9,1 %.

2. Визначити всі можливі відносні величини, якщо:

- фактична сума витрат - 116500 тис. грн;
- фактична сума доходу - 156200 тис. грн;
- товарооборот плановий - 405000 тис. грн;
- фактичний - 507000 тис. грн.

Які відносні величини Ви визначили?

3. Тестові завдання:

1. До каналів збуту відносять:

- а) аукціони, біржі;
- б) ярмарки, дилерська мережа; в
- г) мережа фірмових магазинів та оптових і роздрібних фірм;
- д) все вищеназване.

2. Угода вважається біржовою, якщо:

- а) вона нотаріально засвідчена;
- б) її учасники є членами біржі;

- в) на біржі реалізуються усі види товарів;
- г) вона зареєстрована на біржі на протязі трьох днів після її укладання.

3. Що не є видом цінової стратегії продавця на товарній біржі:

- а) завоювання біржового ринку за показником «кількість товару»;
- б) максимізація прибутку від біржових угод у поточному періоді;
- в) забезпечення «виживання» на біржі;
- г) впровадження на біржу з високим ступенем конкуренції продавців.

4. Вищим органом управління товарної біржі є:

- а) президент біржі;
- б) виконавча дирекція;
- в) біржовий комітет;
- г) загальні збори засновників.

5. З метою орієнтації комерційно-посередницької діяльності на зовнішній ринок, якого посередника слід вибрати для зниження ризику по збуту товарів:

- а) власного агента в країні-імпортері;
- б) внутрішню експортну організацію;
- в) міжнародну посередницьку фірму;
- г) посередницьку фірму країни-імпортера.

6. Цінність та успіх бізнес-плану складається в тому, що він:

- а) дає повний прогноз майбутнього;
- б) дає можливість визначення життєдіяльності підприємства в умовах конкуренції;
- в) не застаріває;
- г) служить гарантією від помилок.

7. Які необхідні вихідні дані для визначення потреби підприємства у матеріальних ресурсах:

- а) попит покупців на продукцію цього підприємства;
- б) наявність запасів матеріальних ресурсів на складі підприємства;
- в) собівартість продукції підприємства;
- г) норми витрат матеріальних ресурсів відповідно до прийнятої на підприємстві технології виробництва.

8. Що означає здійснювати закупівлю сировини і матеріалів правильно?

- а) необхідну кількість;
- б) з урахуванням значного запасу;
- в) із значним випередженням виробництва продукції даного виду продукції;
- г) у надійного постачальника.

9. Чим характеризується гарний постачальник?

- а) постачає матеріал своєчасно;
- б) якщо затримує постачання, то сповіщає про це підприємству-покупцю;
- в) постійно забезпечує високу якість матеріальних ресурсів, які постачаються;
- г) при постачанні сировини або матеріалів менш якісних, ніж передбачено контрактом, сповіщає покупцю завчасно;

10. До комерційних процесів належать:

- а) навантаження та розвантаження товарів;
- б) збереження товарів;

- в) вивчення та прогнозування попиту;
- г) заключення договорів на постачання товарів.

11. Найбільш широким поняттям є:

- а) комерція;
- б) підприємництво;
- в) бізнес;
- г) ідентичні поняття.

12. У чому відмінність підприємництва від комерції?

- а) немає різниці;
- б) підприємництво – це організаційно-виробнича діяльність;
- в) комерція – це вид торговельного підприємництва;
- г) комерція – це торговельні процеси по купівлі-продажу товарів з метою одержання прибутку.

13. Оптовий продовольчий ринок відрізняється від товарної біржі:

- а) немає різниці;
- б) асортиментом товарів;
- в) наявністю власного складського господарства;
- г) організацією торгівлі.

14. Аукціон відрізняється від товарної біржі:

- а) немає різниці;
- б) асортиментом товарів;
- в) зберіганням товарів;
- г) організацією торгівлі.

ТЕМА 5. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТОВАРІВ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ. КВАЛІМЕТРІЯ.

1. Семантичний аналіз та сучасна дефініція поняття «якість товару».
2. Оцінка якості товарів: споживчі властивості, показники якості та методи їх визначення.
3. Історичні етапи розвитку систем управління якістю.
4. Сучасні системи управління якістю.

Завдання для самостійної роботи:

1. Теми доповідей:

1. Характеристика основних властивостей послуг.
2. Основні критерії оцінки якості послуг.
3. Зміст методу, що ґрунтується на Гар–моделі.
4. Зміст методу SERVQUAL.
5. Зміст поняття «Зона толерантності» стосовно оцінки якості послуг.
6. Зміст методу, що базується на застосуванні зони толерантності.

2. Розв'язання ситуацій:

1. Удосконалення системи управління якістю послуг на основі використання Гар–моделей.

2. Удосконалення системи управління якістю послуг на основі використання методу SERVQUAL (Service Quality).

ТЕМА 6. ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ, СЕРТИФІКАЦІЯ, СТАНДАРТИЗАЦІЯ

1. Зміст та нормативне регулювання сертифікації продукції та послуг.
2. Основні етапи сертифікації продукції та послуг.
3. Характеристика сертифікації системи управління якістю продукції та послуг.

Завдання для самостійної роботи:

1. Теми доповідей:

1. Переваги наявності стандартів при реалізації товарів.
2. Законодавчі документи які регулюють наявність стандартів і сертифікатів. Які стандарти діють на території України?

2. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Принципи сертифікації системи управління якістю.
2. Зміст етапу попередньої та остаточної перевірки системи управління якістю.

3. Підготовка презентації з висвітленням наступної інформації:

1. Приклади у яких поняття якості споживача відрізнялось від поняття якості виробника. Відобразити, які наслідки мали такі розбіжності у поглядах на якість одного і того ж товару/послуги з точки зору споживача і точки зору виробника.
2. Наведіть 10 імпортних товарів (продукція), які пройшли обов'язкову сертифікацію в Україні.

ТЕМА 7. ТОРГОВА ЛОГІСТИКА.

1. Сутність логістики, логістичної діяльності та управління логістикою.
2. Логістичний підхід - основа теорії та практики логістики.
3. Об'єкти управління в підприємницькій логістиці.
4. Логістичне управління в системі підприємницької логістики.

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Логістика закупівель.
2. Виробнича логістика.
3. Логістика складування.
4. Транспортна логістика.
5. Інформаційна логістика.

2. КЕЙС. Інтеграція електронної комерції та логістики

Сьогодні всі великі комерційні інтернет-компанії, починаючи від Amazon, eBay і закінчуючи китайськими Alibaba та AliExpress, так чи інакше розглядають варіанти створення власних логістичних структур. Усі переймаються одним і тим же питанням: як електронну комерцію інтегрувати з логістичною структурою.

Напрямок знань щодо ІТ у великій комерційній інтернет-компанії розділений на дві частини. Перша – це безпосередньо управління ІТ як інфраструктурою, з точки зору управління поточними продуктами. Друга – це управління змінами в ІТ як певною платформою, де створюється продукт (цим займається дирекція з розвитку). У середині компанії поділяють операційну або регулярну діяльність (не тільки в ІТ) і розвиток. І, відповідно, практикують навіть не одноразове створення, а постійне вибудовування взаємин між цими блоками. Щоб, з одного боку, регулярне управління нормально сприймало реалізовані розвитком продукти й інтегрувало їх у свою регулярну діяльність. А з іншого – і розвиток, роблячи якісь кроки щодо покращення поточних продуктів або створюючи нові продукти всередині компанії, має враховувати регулярне управління.

Всі основні функції та бізнес-процеси мають бути розміщені на єдиній платформі – це непорушне правило. Звичайно, можна підтримувати взаємини з різними програмними продуктами, але тоді необхідно забезпечити абсолютно чіткі, працездатні, в тому числі під навантаженням, шини інтеграції. В частині основного бізнес-процесу багато комерційних інтернет компаній перейшли на платформу SAP. Вони використовують сукупність SAP-рішень: у компанії є окремі продукти для e-commerce, і окремі – для логістики, але для реалізації наших унікальних інтегрованих бізнес-процесів потрібен особливий підхід.

Будь-яка сучасна комерційна інтернет-компанія на самому старті розвитку ставить за мету створити високоякісний продукт з точки зору сукупності послуг для клієнта. Не просто сфокусований на продаж товару, а саме на сукупності послуг: і продаж, і доставка товару з чіткими показниками якості, з чіткими термінами і т.д. Тобто створюється також і власна логістична структура.

Існуючу мережу будь-яких магазинів досить важко перевести в інтегровану електронну комерцію. Це принципово різні технології, в тому числі – логістичні. Одна справа прийняти товар на центральному хабі, розподілити та розвести по магазинах, і далі продавати його з полиць. Інша справа – модель e-commerce, де ядром системи є fulfillment centers (центри виконання замовлень), які працюють з товарами саме як логістичний центр. Разом вони складають єдиний організм, що складається з окремих модулів або доменів. Людина з будь-якого регіону може подивитися на сайті реальні залишки в будь-якому регіоні з будь-якого товару.

Кінцевий споживач є безпосереднім учасником або творцем замовлення в цій самій внутрішній інтегрованій логістичній системі. Товар може зберігатися, умовно, де завгодно.

Система електронної комерції не просто мусить бути інтегрована з логістикою – вона повинна вміти ефективно працювати з різними категоріями товарів, мати здатність оперувати різними продуктовими лініями і продуктовими бізнесами, здійснювати особливу політику ціноутворення, програми лояльності і т.п.

Дайте відповіді на питання:

1. Назвіть основні умови інтеграції e-commerce з логістичною інфраструктурою.
2. Проаналізуйте системи електронної комерції провідних компаній світу Amazon, eBay, Alibaba та AliExpress за критеріями: товарна політика, гарантія якості, політика ціноутворення, безпека, програма лояльності, послуги
3. Які фактори стимулюють компанії e-commerce до інновацій: співпраця з клієнтами та/або постачальниками? Обґрунтуйте свою відповідь.
4. Проведіть дослідження електронної комерції в Україні та наведіть за власними критеріями ТОП-10 українських e-commerce компаній. Обґрунтуйте свою відповідь.
5. Які українські e-commerce компанії повністю інтегрували електронну комерцію з логістичною інфраструктурою?

3. Розв'язання ситуації:

Американська компанія планує розширити свою діяльність і почати працювати в Європі. Компанія розглядає ряд варіантів, кожний з яких передбачає фіксовану річну виплату (за оренду, страхування й інші накладні витрати) і змінні витрати, обсяг яких залежить від загального потоку операцій (вантажопереробки, заробітної плати і т. д.). Ці витрати в узагальненому вигляді подані в таблиці

Альтернативний варіан	Постійні витрати, євро	Змінні витрати, євро
А. Експортування продукції, що виробляється на наявних підприємствах	800000	900
В. Використання місцевого дистриб'ютора	2400000	700
С. Відкриття місцевого підприємства для остаточного доведення продукції	2400000	520
Д. Відкриття виробничих підприємств із обмеженою потужністю	8000000	360
Е. Відкриття більших виробничих підприємств	12000000	440

- Як альтернатива, звичайно, компанія може взагалі не виходити на ринок, а видати ліцензію місцевому виробникові, що буде випускати її продукцію й виплачувати їй роялті близько 2 % обсягу продажів у грошовому виразі.
- Які можуть бути підходи до рішення, якщо планується продавати приблизно 1000000 одиниць за рік при цільовому показнику внеску в прибуток 10 %?

ТЕМА 8. ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ.

1. Психологічна сутність торговельного підприємництва.
2. Психологія взаємодії продавця і покупця.
3. Технології психологічного впливу в торгівлі.

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Розкрийте сутність поняття «психологія підприємництва».
2. Що являють собою психологічні процеси?
3. Назвіть та охарактеризуйте різновиди психологічних процесів.
4. Розкрийте зміст поняття і завдання психології торгівлі.

2. Теми доповідей:

1. Підходи, які вплинули на становлення психології торгівлі.
2. Метод нейролінгвістичного програмування (НЛП) у психології торгівлі
3. Роль психічних станів в психології торговельного підприємництва?
4. Сутність психічних властивостей та їх зв'язок з темпераментом, характером і здібностями.

3. Тренувальні вправи:

1. Основні психологічні етапи прийняття рішення про купівлю товару.
2. Психологічні вимоги, що ставляться до працівників масових торгових професій? Приклади їх застосування.
3. Специфіка взаємодії з покупцем залежно від стилю його поведінки.
4. Практичні прийоми, які впливають на рішення покупця щодо здійснення покупки.
5. Психологічні прийоми доцільно застосовувати на фінальному етапі продажів (укладання угоди)?

4. Розв'язання ситуації:

Заповніть таблицю.

Таблиця - Відповідність дій продавця поведінці клієнтів

Вид клієнта	Характеристика	Мотивація	Дії продавця
Експансивний (агресор)	Виглядає впевнено, поза «хазяїна», жести - вільні або домінуючі. Поводиться напористо, категорично, схильний до конфліктів, заперечує думку продавця. Каже мало, але по суті	Факти, влада, статус. «Вибиває» додаткові знижки, особливі умови незалежно від свого матеріального становища	
Сумісний (демонстратор)	Дуже любить увагу, намагається встановити зоровий контакт, наблизитися до продавця. Перебиває, переходить на «ти», задає особисті питання. Вдячний слухач, охоче поглинає інформацію. Отримує задоволення від процесу здійснення покупки. Поза вільна, рухлива, широкі жести	Спілкування, увага	
Автономний (експерт)	Зовні стриманий, спокійний, тримає дистанцію між собою і продавцем. Негайно переходить до суті питання, ясно говорить про те, що йому потрібно, рухи стримані. Розмовляє мало, логічно, монотонно, неемоційно. Не шукає зорового контакту. Відповіді на питання дає із затримкою, часто відповідає "ні, дякую" або зовсім не відповідає. Рідко приймає рішення про купівлю відразу. Збирає всю інформацію про продукт	Безпека, стабільність, довіра	
Пасивний	Поводиться невпевнено, сутулиться, руки притиснуті до корпусу, голова втягнута в плечі, багато дрібних рухів, захисні жести. Мова емоційна, доброзичлива, плутана. Часто сам не знає, що йому треба. Дає запит без конкретних критеріїв.	Комфорт, прихильність, довіра	

ТЕМА 9. ТЕХНІКИ ПРОДАЖІВ .

1. Технологія продажів, принципи ефективної взаємодії з покупцем, прийоми та навички техніки продажів.
2. Етапи продажів
3. Воронка продажів.
4. Види продажів.

Завдання для самостійної роботи:

1. Теми доповідей:

1. Дослідження потреб покупця, допомога клієнтові в розв'язанні його проблеми.
2. Фактори успіху - товар, ціна, клієнт, продавець.

2. Розв'язання ситуації:

1. Як привернути увагу покупців? Як зробити сприятливе враження на клієнта? Вибір тактики спілкування із клієнтом залежно від його реакції.
2. Як переконати клієнта в тому, що саме ваша послуга й обслуговування йому необхідні?
3. Ефективна презентація товару.
4. Робота із запереченнями клієнтів.
5. Підведення клієнта до укладання угоди.
6. Керування конфліктними ситуаціями.

3. Тестові завдання:

1. Назвіть основні складові елементи процесу закупівельної роботи:

- а) вивчення попиту, ознайомлення з постачальниками;
- б) визначення необхідного обсягу закупівель;
- в) підготовчі операції, власні закупівельні операції, заключні операції;
- г) оперативне маневрування товарними ресурсами, пошуки додаткових ресурсів.

2. З наведених визначень вкажіть те, яке відображає поняття «агент»:

- а) особа, яка діє від імені виробника або покупця (споживача);
- б) посередник, який здійснює перепродаж товарів від свого імені і за свій рахунок;
- в) особа, яка дає доручення щодо реалізації продукції зі складських приміщень;
- г) посередник, який укладає угоди, діє за дорученням і за рахунок клієнтів;

3. Форми власності в Україні згідно з Законом України «Про власність»:

- а) державна, колективна, приватна;
- б) приватна, колективна, кооперативна, державна;
- в) приватна, кооперативна, комунальна, змішана, державна;
- г) державна, приватна, змішана.

4. Значення бізнес-плану визначається тим, що:

- а) дає можливість визначити життєздатність підприємства в умовах конкуренції;
- б) з своєрідним орієнтиром розвитку підприємства;
- в) служить важливим інструментом отримання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів;
- г) все вищеназване.

5. Учасники товариства мають право:

- а) брати участь в управлінні справами товариства у порядку, визначеному в установчих документах;
- б) вказане в пункті а, та вносити вклади (оплачувати акції) у розмірі, порядку та засобами, передбаченими в установчих документах;
- в) вказане в пункті а, та брати участь у розподілі прибутку товариства;

г) вносити вклади передбаченими в установчих документах та брати участь у розподілі прибутку товариства.

6. Кому потрібен бізнес-план?

- а) співробітникам для визначення відносин між засновниками підприємства;
- б) підприємцям, співробітникам, інвесторам;
- в) засновникам для відкриття розрахункового рахунку;
- г) вказане в пункту б, та підприємцю для прокручування сценаріїв.

7. Концерн - це:

- а) об'єднання підприємств, які знаходяться у фінансовій залежності від одного або групи учасників;
- б) договірне об'єднання однорідних підприємств, у якому передбачається централізація збуту;
- в) тимчасове договірне об'єднання підприємств для реалізації масштабних цільових програм та проєктів;
- г) об'єднання підприємств, які не пов'язані, або мають віддалені технологічні та виробничі зв'язки один з одним.

8. Вкажіть, яке з наведених понять відображає зміст поняття «брокер»:

- а) особа, яка діє від імені виробника або покупця (споживача);
- б) посередник, який здійснює перепродаж товарів від свого імені за свій рахунок;
- в) особа, яка дає доручення щодо реалізації продукції зі складських приміщень;
- г) посередник, який укладає угоди, діє за дорученням і за рахунок клієнтів.

ТЕМА 10. ТОРГОВЕЛЬНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

1. Торговельна безпека підприємства: сутність, системний підхід, характеристика складових.
2. Види втрат в торгівлі.
3. Заходи щодо виявлення та запобігання втрат в торгівлі.
4. Технічні системи безпеки для торговельних підприємств

Завдання для самостійної роботи:

1. Теми доповідей:

1. Характеристику товарних втрат в торгівлі.
2. Основні причини товарних втрат в торгівлі.

2. Тренувальна вправа:

Заповнити таблицю

Таблиця - Технічні системи безпеки торговельного підприємства.

№	Система безпеки	Призначення	Принцип дії

ТЕМА 11. ТОРГОВЕЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сутність і завдання менеджменту торговельних підприємств.
2. Торговельне підприємство як об'єкт менеджменту.
3. Управління торговельним персоналом.
4. Управління талантами у підприємницькій діяльності.

Завдання для самостійної роботи:

1. Підготовка презентацій (робота в групах):

1. Торговельний менеджмент
 - Наведіть визначення понять: менеджмент, торговельний менеджмент, торговельне підприємство.
 - У чому полягають відмінності між підприємництвом і менеджментом?
 - Перелічіть та охарактеризуйте завдання торговельного менеджменту.
 - Розкрийте основні ідеї в управлінні торговельним підприємством, розроблені Френком Вулвортом.

2. Підходи до управління торговельним підприємством
 - Назвіть та розкрийте зміст підходів до управління підприємством.
 - Що розуміють під функціями менеджменту? Розкрийте їх зміст стосовно управління торговельним підприємством.
 - У чому полягає сутність системного підходу до управління торговельним підприємством?
 - Назвіть основні положення ситуаційного підходу в менеджменті.

3. Персонал торговельного підприємства
 - Розкрийте сутність поняття «персонал», визначте персонал як об'єкт і як суб'єкт управління.
 - Поясніть особливості управління персоналом на торговельних підприємствах.
 - Надайте характеристику типів торгових працівників. Які завдання вони виконують?
 - Наведіть та прокоментуйте основні підходи до побудови системи управління персоналом на торговельних підприємствах.

4. Управління талантами
 - Наведіть поняття та типи таланту
 - Охарактеризуйте складові стратегії управління талантами.
 - Наведіть принципи управління талантами.
 - Охарактеризуйте інструменти розвитку талантів.

2. Розв'язання ситуації:

1. Обґрунтуйте, як буде діяти менеджер, а як підприємець у таких ситуаціях:
 1. Поява конкурента на ринку, приблизно з такими ж обсягами реалізації.

2. Необхідність збільшення обсягів продаж підприємства через зростання споживання і попиту.
 3. Недопоставка товарів з-за кордону.
 4. Страйк робітників з вимогою збільшення заробітної плати.
-
2. Чим менеджер відрізняється від підприємця? Виберіть правильні відповіді та обґрунтуйте.
 - а) досвідом керівної роботи;
 - б) професійною освітою;
 - в) рішучістю при виконанні прийнятого рішення, навіть якщо воно має ознаки нежиттєздатності;
 - г) вмінням вести переговори;
 - д) вмінням залучати ресурси;
 - є) ораторськими здібностями;
 - є) вмінням ефективно використовувати ресурси, які є в його підприємстві.

ТЕМА 12. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

1. Основні поняття електронної комерції.
2. Платіжні та фінансові системи Internet.
3. Типи платіжних систем в електронній комерції.
4. Віртуальні підприємства.

Завдання для самостійної роботи:

1. Теми доповідей:

1. Тактичні прийоми електронної комерції.
2. Поняття Internet - брокерідж, Internet - трейдінг.
3. Електронний ринок на базі Internet.
4. Електронна підтримка споживачів.
5. Безпека інформації в електронному бізнесі.

2. Тренувальна вправа «Аналіз інтернет-магазину».

1. Обрати напрям діяльності підприємства та за допомогою пошукових систем знайти 4-5 українських Інтернет-магазинів.
2. Провести аналіз обраних магазинів за такими характеристиками:
 - географічний район діяльності;
 - повнота представленого текстового опису обраного товару або послуги;
 - можливості меню; скільки кроків, треба було для пошуку необхідного товару (з використанням меню і пошукової системи);
 - як формується "кошик замовлення" в магазині;
 - як зробити замовлення в магазині;
 - системи оплати, які запропоновані магазином;
 - системи доставок;
 - переваги і недоліки користувальницького інтерфейсу;

- наявність або відсутність графічного і мультимедійного опису товару (відео, звук) та їхній вплив на швидкість завантаження web-сторінок;
 - наявність додаткових послуг під час формування "кошика".
3. За результатами аналізу провести порівняння магазинів, визначити "кращий" та "гірший" Інтернет-магазин.

3. Тренувальна вправа «Аналіз сайту»

1. Провести аудит веб-сайту за своїм варіантом.

1.1 Аналіз юзабіліті.

- Аналіз зручності потрапляння на сайт;
- Як довго завантажуються головна і другорядні сторінки сайту.
- Аналіз пересування відвідувачів по сайту;
- Аналіз корисності для відвідувачів інформації на сайті.

1.2. Аналіз контенту сайту.

- Аналіз контенту з точки зору відвідувача;
- Аналіз кількості необхідного контенту;
- Змістовний і лінгвістичний аналіз контенту;
- Графічний аналіз контенту – Контент-аналіз тексту (за ключовими словами).

2. Провести аналіз сторінки компанії в соціальних мережах.

ТЕМА 13. ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

1. Сутність та класифікація інновацій на підприємстві
2. Загальна характеристика інноваційного підприємництва
3. Венчурне підприємництво
4. Джерела формування інноваційної діяльності
5. Формування інститутів венчурного фінансування в Україні

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Назвіть особливості та відмінності інноваційного підприємництва.
2. Які основні фактори впливають на розвиток інноваційного підприємництва?
3. Які організаційні моделі інноваційного підприємництва існують?
4. Розкрийте сутність, основні об'єкти та значення венчурних фірм.
5. Назвіть основні джерела фінансування інноваційної діяльності.
6. Назвіть основні види венчурного фінансування, розкрийте їх сутність.
7. Які особливості характерні для венчурних фондів в Україні?

2. Підготовка презентації

Проаналізувати інноваційні підприємства(за вашим вибором) за обсягами продаж інноваційного продукту за останні роки (

ТЕМА 14. РЕКЛАМА У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

1. Реклама: сутність та зміст.
2. Інструменти реклами в підприємницькій діяльності.
3. Управління рекламою.
4. Пропаганда та маніпуляції.

Завдання для самостійної роботи:

1. Укладання тематичного конспекту з питань:

1. Канали розповсюдження реклами.
2. Задачі реклами.
3. Управління рекламою.
4. Оцінки ефективності реклами.

2. Теми доповідей:

1. Рекламні стилі.
2. Інструменти реклами.

3. Підготовка презентацій

1. Проаналізуйте історію розвитку (обраної вами) конкретної торгової марки. Порівняйте засоби рекламних комунікацій, що використовувались виробниками на протязі всього життєвого циклу торгової марки і порівняйте їх із сучасними комунікаціями. Які зміни в позиціонуванні та комунікативній політиці торгової марки відбулися за останній час?
2. Наведіть приклади маніпуляції у рекламі

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА / ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Торговельне підприємництво: підручник / за ред. проф. Л. В. Фролової. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 640 с.
2. Апопій В.В., Серета С.А., Шутовська Н.О. Основи підприємництва: навч. посібник. Львів. Новий Світ-2000. 2018. 323 с.
3. Кузьмін В.В. Фінансові основи підприємництва: навч. посібник. Київ. Центр навчальної літератури. 2016. 192 с.
4. Сотник І.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник. Суми. ВТД «Університетська книга». 2018. 572с.
5. Юрко І.В. Торговельне підприємництво: навч. посібник. Київ «Центр учбової літератури». 2018. 232 с.
6. Цимбалюк І. М. Психологія торгівлі: навч. посібник. К.: Професіонал, 2006. 368 с.
7. Бутко М.П. Економічна психологія. К.: Центр навчальної літератури. 2019. 232 с.
8. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі: навч. посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ. 2021. 240 с.
10. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навч. посібник. К.:Кондор. 2017. 112 с.

Інтернет-ресурси

1. Законом України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-ХІІ. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
2. Підприємництво в Україні. URL: <http://www.refine.org.ua/>
3. Підприємництво, господарство і право. URL: www.pgjournal.com.ua/
4. Державна регуляторна служба України. URL: www.dkrp.gov.ua/info/5517
5. Міністерство економіки України: URL: www.me.gov.ua.
6. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL: <https://dpss.gov.ua/>
7. Світова організація торгівлі. URL: www.wto.org