

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
18 квітня 2019 року № 88-Н
Форма № П-2.04

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ П. Ю. Балабан
(підпис)

« ____ » _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Торговельні мережі»

Освітня програма/спеціалізація	«Товарознавство і комерційна діяльність» <i>(назва)</i>
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність <i>(код, назва спеціальності)</i>
Галузь знань	07 Управління та адміністрування <i>(код, назва галузі знань)</i>
ступінь вищої освіти	Магістр <i>(бакалавр, магістр, доктор філософії)</i>

Полтава – 2020

Укладач програми:

Лісіца В. В., к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Робоча програма схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Протокол засідання кафедри від «___» _____ 2020 р., № ___

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Товарознавство і комерційна діяльність»
спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
ступеня бакалавр

_____ проф. Г.А. Бірта
(підпис)

«_____» _____ 20__ року

ЗМІСТ

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни	4
Розділ 2 Перелік компетентностей та програмні результати навчання з навчальної дисципліни	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	5
Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни	6
Розділ 5. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів.....	10
Розділ 6. Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу.....	11
Розділ 7. Рекомендовані джерела інформації.....	12

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни

Таблиця 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни
«Торговельні мережі» ОП «Товарознавство і комерційна діяльність»

1. Місце в структурно-логічній схемі підготовки – після вивчення навчальних дисциплін: - Організація торгівлі; Комерційна діяльність, Економіка торгівлі, Маркетинг
2. Кількість кредитів за ЄКТС - 4.
3. Кількість модулів - 2.
4. Вибіркова у відповідності до навчального плану
5. Курс - 1
6. Семестр - 1
7. Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр – 120.
– лекції: 1 семестр – 16
– практичні заняття: 1 семестр – 32
– самостійна робота: 1 семестр - 72
– вид підсумкового контролю - ПМК, 1 семестр

Розділ 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання з навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та практичних навичок з усієї сукупності організаційних, торговельно-технологічних операцій і процесів, що відбуваються в мережевому секторі роздрібної торгівлі.

Завдання дисципліни: вивчення всієї сукупності організаційних, торговельно-технологічних операцій і процесів, що відбуваються в мережевому секторі роздрібної торгівлі.

Таблиця 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання

№ з/п	Компетентності, якими повинен оволодіти студент	Програмні результати навчання
<i>Загальні компетентності</i>		
1.	здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК01);	використовувати базові знання з підприємництва та торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях (ПР01);
2.	навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК05);	використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації в сфері торгівлі (ПР04);
3.	здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК06);	організувати пошук, самостійний вибір, якісну обробку інформації у сфері торгівлі (ПР05);
4.	здатність працювати в команді (ЗК07);	вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей;

5.	здатність діяти відповідально та свідомо (ЗК10);	демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних та наукових цінностей та досягнень суспільства (ПР10);
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</i>		
6.	критичне осмислення теоретичних засад торговельної діяльності (СК01);	демонструвати базові і структуровані знання в сфері підприємництва і торгівлі для подальшого використання на практиці (ПР11);
7.	здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування торговельних структур (СК02);	володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо функціонування торговельних структур (ПР12);
8.	здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин (СК03);	використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності торговельних структур (ПР13);
9.	здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких і торговельних структур (СК04);	вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій і торговельній діяльності (ПР14);
10.	здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур (СК07).	вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності і підприємницьких та торговельних структур і розв'язувати проблеми в кризових ситуаціях з урахуванням внутрішніх і зовнішніх впливів (ПР17).

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни «Торговельні мережі» укладена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітня програма «Товарознавство і комерційна діяльність», затвердженої наказом по університету від 01 вересня 2020 р., № 114-н.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни навчальної дисципліни

Таблиця 4. Тематичний план навчальної дисципліни «Торговельні мережі»

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
Модуль 1. Макросередовище функціонування торговельних мереж			
<p>Тема 1. Теоретичні та методологічні основи курсу “Торговельні мережі”. Теорії змін в роздрібній торгівлі.</p> <p>1. Предмет, метод та зміст курсу «Торговельні мережі».</p> <p>2. Теорії змін роздрібною торгівлі.</p> <p>2.1. Теорії циклічності.</p> <p>2.2. Теорії оточення.</p> <p>2.3. Теорія конфлікту.</p> <p>2.4. Комбінована теорія.</p>	<p>Тема 1. Теоретичні та методологічні основи курсу “Торговельні мережі”. Теорії змін в роздрібній торгівлі.</p> <p>1. Предмет, метод та зміст курсу «Торговельні мережі».</p> <p>2. Теорії змін роздрібною торгівлі.</p> <p>2.1. Теорії циклічності.</p> <p>2.2. Теорії оточення.</p> <p>2.3. Теорія конфлікту.</p> <p>2.4. Комбінована теорія.</p>	<p>Підготувати реферати на теми «Тенденцій розвитку роздрібною торгівлі України», «Проблеми та пріоритетні напрями розвитку мережевої торгівлі в Україні», «Соціально-економічні тенденції розвитку суспільства та їх вплив на функціонування мережевої торгівлі в Україні»</p>	1-6, 11-18
<p>Тема 2. Еволюція організаційних форм роздрібною торгівлі.</p> <p>2.1. Торговельний формат як організаційна форма роздрібною торгівлі.</p> <p>2.2. Виникнення основних форматів роздрібною торгівлі. Класифікація торговельних форматів. Характеристика основних форматів.</p> <p>2.3. Класифікація торговельних мереж.</p>	<p>Тема 2. Еволюція організаційних форм роздрібною торгівлі.</p> <p>2.1. Торговельний формат як організаційна форма роздрібною торгівлі.</p> <p>2.2. Виникнення основних форматів роздрібною торгівлі. Класифікація торговельних форматів. Характеристика основних форматів.</p> <p>2.3. Класифікація торговельних мереж.</p>	<p>Підготувати презентації на теми «Виникнення і розвиток основних торговельних форматів», «Особливості діяльності іноземної роздрібною компанії (на власний вибір) на Україні», «Створення та розвиток національної торговельної мережі (на власний вибір)»</p>	1-6, 11-18
<p>Тема 3. Стратегія розвитку торговельних мереж.</p> <p>3.1. Аналіз зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкуренція між торговельними форматами.</p> <p>3.2. Ділові стратегії роздрібних компаній.</p>	<p>Тема 3. Стратегія розвитку торговельних мереж.</p> <p>3.1. Аналіз зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкуренція між торговельними форматами.</p> <p>3.2. Ділові стратегії роздрібних компаній.</p> <p>3.3. Форми взаємодії учасників ринку.</p>	<p>Підготувати презентації на теми: «SWOT-аналіз як інструмент оцінки стратегічних перспектив розвитку підприємств» (на прикладі конкретної торгової точки), «Особливості розвитку конкуренції в роздрібній торгівлі»,</p>	1-6, 11-18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
3.3. Форми взаємодії учасників ринку. 3.4. Оцінка стратегічних перспектив розвитку торговельних мереж. 3.5. Розробка концепції контролю за ринком.	3.4. Оцінка стратегічних перспектив розвитку торговельних мереж. 3.5. Розробка концепції контролю за ринком.	«Корпоративні стратегії торговельних мереж».	
Тема 4. Територіальні аспекти розвитку торговельних мереж. 4.1. Методи експансії торговельних мереж. 4.2. Визначення зони обслуговування торговельних підприємств. 4.3. Типи розміщення торговельних мереж.	Тема 4. Територіальні аспекти розвитку торговельних мереж. 4.1. Методи експансії торговельних мереж. 4.2. Визначення зони обслуговування торговельних підприємств. 4.3. Типи розміщення торговельних мереж.	Підготувати презентації на теми: «Методи прийняття рішення щодо розміщення роздрібних торговельних підприємств», «Дослідити особливості розміщення торговельних об'єктів будь-якої торговельної мережі (на власний вибір)», «Побудова мережевого бізнесу на основі франчайзингу», «Особливості розміщення торговельних об'єктів торговельних мереж FMCG», «Особливості розміщення торговельних об'єктів торговельних мереж FASHION RETAIL»	1-6, 11-18
Модуль 2. Організаційна структура, постачання та продаж товарів в торговельних мережах			
Тема 5. Організаційна структура торговельних мереж та управління персоналом роздрібних компаній. 5.1. Організаційна структура торговельних мереж. 5.2. Пошук та відбір персоналу для роздрібних компаній. 5.3. Навчання та винагородження персоналу роздрібних компаній. 5.4. Контроль за персоналом	Тема 5. Організаційна структура торговельних мереж та управління персоналом роздрібних компаній. 5.1. Організаційна структура торговельних мереж. 5.2. Пошук та відбір персоналу для роздрібних компаній. 5.3. Навчання та винагородження персоналу роздрібних компаній. 5.4. Контроль за персоналом роздрібних	Провести дослідження на теми «Пошук та відбір персоналу для роздрібних компаній», «Організаційна структура торговельних мереж», «Процедура навчання та мотивації персоналу торговельної мережі».	1-7, 11-18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
роздрібних компаній.	компаній.		
Тема 6. Організація закупівельної та логістичної діяльності торговельних мереж. 6.1. Функції роздрібних компаній в організації закупівель продукції. 6.2. Особливості взаємодії торговельних мереж з постачальниками. 6.3. Організація постачання товарів в торговельну мережу.	Тема 6. Організація закупівельної та логістичної діяльності торговельних мереж. 6.1. Функції роздрібних компаній в організації закупівель продукції. 6.2. Особливості взаємодії торговельних мереж з постачальниками. 6.3. Організація постачання товарів в торговельну мережу.	Підготувати презентації на теми «Критерії оцінки та вибору постачальників торговельної мережі», «Особливості взаємодії торговельних мереж з постачальниками», «Організація постачання товарів в торговельну мережу».	1-7, 11-18
Тема 7. Формування та управління асортиментом товарів в торговельних мережах. 7.1. Основні підходи до формування асортименту товарів в торговельних мережах. 7.2. Розробка торговельною мережею власної торгової марки (privat label). 7.3. Інструменти управління асортиментом товарів.	Тема 7. Формування та управління асортиментом товарів в торговельних мережах. 7.1. Основні підходи до формування асортименту товарів в торговельних мережах. 7.2. Розробка торговельною мережею власної торгової марки (privat label). 7.3. Інструменти управління асортиментом товарів.	Підготувати презентації на теми «Управління асортиментом товарів на основі АВС-аналізу та XYZ-аналізу», «Використання власних торгових марок українськими ритейлорами», «Власний бренд торговельної мережі як елемент підвищення її конкурентоспроможності», «Проблеми управління товарними запасами в торговельних мережах».	1-7, 11-18
Тема 8. Організація продажу товарів та обслуговування покупців в торговельних мережах. 8.1. Цінові стратегії торговельних мереж. 8.2. Створення комунікацій зі споживачами і формування іміджу роздрібною компанією. 8.3. Методи підвищення ефективності продаж в	Тема 8. Організація продажу товарів та обслуговування покупців в торговельних мережах. 8.1. Цінові стратегії торговельних мереж. 8.2. Створення комунікацій зі споживачами і формування іміджу роздрібною компанією. 8.3. Методи підвищення ефективності продаж в торговельних мережах.	«Роль ціноутворення в стратегії розвитку торговельної мережі», «Цінова політика торговельних мереж», «Формування політики лояльності торговельної мережі», «Розробка та провадження стандартів обслуговування покупців торговельної мережі», «Застосування інноваційних технологій в процесі продажу та	1-7, 11-18

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Назва теми та питання практичного заняття	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Інформаційні джерела (порядковий номер за переліком)
торговельних мережах.		обслуговування покупців».	

Розділ 5. Система поточного та підсумкового контролю знань

Система поточного і підсумкового контролю має за мету оцінювання рівня сформованості тих чи інших компетентностей та досягнення програмних результатів навчання за навчальною дисципліною «Торговельні мережі».

Компетентність як інтегрований результат індивідуальної навчальної діяльності студентів, формується на основі оволодіння ними змістовими (знання), процесуальними (уміння) і мотиваційними компонентами, його рівень виявляється в процесі оцінювання. Визначення рівня сформованості дисциплінарних компетентностей (результатів навчання) здійснюється за: певним розділом (темою) робочої програми навчальної дисципліни; практичними заняттями (контрольна робота, перевірка та захист індивідуального завдання, тестування тощо).

Об'єктами контролю є: робота студентів на лекціях, практичних, заняттях, якість та своєчасність виконання індивідуальних і домашніх завдань, поточних модульних робіт. Контрольні заходи здійснюються науково-педагогічними працівниками і включають поточний і підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється при проведенні лекцій, практичних, перевірки виконання індивідуальних і домашніх завдань та має на меті перевірку рівня засвоєння студентом навчального матеріалу навчальної дисципліни та оцінювання набутих компетентностей.

Під час проведення лекцій застосовуються такі методи контролю, як усне опитування студентів з питань, визначених планом лекцій та пов'язаних з матеріалом попередніх лекцій, дискусійне обговорення проблемних питань з теми лекції та інше.

При проведенні практичних занять – контроль здійснюється при розв'язуванні окремими студентами біля дошки та «малими групами» комплексу практичних задач і проблемних ситуацій та інше.

Поточний контроль виконання студентами індивідуальних і домашніх завдань здійснюється за допомогою перевірки науково-педагогічним працівником результатів розв'язання ситуаційних завдань.

Поточний контроль, який застосовується під час проведення відповідних тестів в письмовій формі або за допомогою відповідного програмного забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу, при перевірці виконання практичних ситуацій в письмовій формі тощо.

Підсумкове оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється у формі підсумкового модульного контролю (ПМК, залік).

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни при формі контролю у формі заліку (ПМК) дорівнює сумі всіх балів, які студент отримує за поточну успішність та виконання поточних модульних робіт.

З метою мотивації студентів до активного та якісного виконання усіх видів навчальної роботи протягом семестру до загальної підсумкової оцінки можуть бути додані бали у розмірі до 10% від загальної підсумкової оцінки, коефіцієнт мотивації (0,1). Мотивація студентів застосовується за умови виконання ними всіх видів навчальної роботи, які передбачені робочим навчальним планом підготовки студентів і робочою програмою з навчальної дисципліни незалежно від результатів виконання.

Застосування та конкретне значення коефіцієнту мотивації пізнавальної

діяльності студентів визначається науково-педагогічним працівником кафедри враховуючи активність студента при вивченні навчальної дисципліни (відвідування навчальних занять, виконання видів навчальної діяльності, виконання поточних модульних робіт, участь у науково-дослідній роботі тощо).

Загальна підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни не може перевищувати 100 балів.

Таблиця 5. Розподіл балів, що отримують студенти за результатами вивчення навчальної дисципліни «Торговельні мережі»

Назва модулю, теми	Вид навчальної роботи				Кількість балів
	відвідування занять	виконання навчальних завдань	завдання самостійної роботи	тестування	
<i>Модуль 1. Макросередовище функціонування торговельних мереж</i>					
Тема 1. Теоретичні та методологічні основи курсу “Торговельні мережі”. Теорії змін в роздрібній торгівлі.	1	2	2	5	10
Тема 2. Еволюція організаційних форм роздрібної торгівлі.	1	2	2	5	10
Тема 3. Стратегія розвитку торговельних мереж	1	2	2	5	10
Тема 4. Територіальні аспекти розвитку торговельних мереж.	1	2	2	5	10
Поточний контроль					10
<i>Модуль 2. Організаційна структура, постачання та продаж товарів в торговельних мережах</i>					
Тема 5. Організаційна структура торговельних мереж та управління персоналом роздрібних компаній.	1	2	2	5	10
Тема 6. Організація закупівельної та логістичної діяльності торговельних мереж.	1	2	2	5	10
Тема 7. Формування та управління асортиментом товарів в торговельних мережах.	1	2	2	5	10
Тема 8. Організація продажу товарів та обслуговування покупців в торговельних мережах.	1	2	2	5	10
Поточний контроль					10
Разом					100

Таблиця 6. Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни «Торговельні мережі»

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

Таблиця 7. Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни «Торговельні мережі»

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	Участь в конкурсах на кращого знавця дисципліни: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	6
	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	6
2. Науково-дослідна	1. Участь в наукових гуртках	6
	2. Участь в конкурсах студентських робіт: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	6
	Участь в наукових студентських конференціях: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	6
Разом*		30

*За додаткові види навчальних робіт студент може отримати не більше 30 балів.

Додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, але загальна підсумкова оцінка не може перевищувати 100 балів.

Розділ 6. Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу

1. Загальне програмне забезпечення, до якого входить пакет програмних продуктів Microsoft Office.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни, яке включає перелік конкретних програмних продуктів – відсутнє.

Розділ 7. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації / В. В. Лісіца, В.І. Місюкевич, О.М. Михайленко – Полтава, РВВ ПУЕТ, 2020. – 286 с.
2. Копич І.М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І.М. Копич, О.О. Нестуля та ін. ; за ред. В.В. Апопія, П.Ю. Балабана. – Львів : Новий Світ – 2014. – 565 с.
3. Галай С.О. Організація торгівлі : підручник / С.О. Галай, Г.К. Крихтенко. – Х. : Кліо-прес, 2014. – 374 с.
4. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.] ; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.-екон.-ун-т, 2014. – 344 с.
5. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н.О. Власова, О.В. Колючкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків АдВАТМ, 2012. - 255 с.
6. Бузукова Е.А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб: Питер, 2016.
7. Сыроева С.В., Бузукова Е.А. Категорийный менеджмент: Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб: Питер, 2016.
8. Сыроева С.В., Новоселова Н.А. Оперативное управление в розничной торговле. – СПб: Питер-пресс, 2016.
9. Сыроева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина 2.0. Новые технологии. – СПб: Питер, 2016.
10. Розничные торговые сети: Стратегии, экономика, управление / под ред. А.А. Есютина, Е.В. Карповой. М.: КноРус, 2008.
11. Хасис Л.А. Розничные торговые сети в современной экономике. М.: Эдиториал УРСС, 2004.

Додаткові

12. Бузукова Е. А . Ассортимент розничного магазина. Методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007.
13. Веллхофф А., Массон Ж.-Э. Мерчандайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. – М.: ИД Гребенникова, 2004.
14. Дион Дж ., Топпинг Т. Розничная торговля: Как открыть собственный магазин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
15. Канаян К ., Канаян Р. Проектирование магазинов и торговых центров. – М.: ЮСК, 2005.
16. Леви М., Вейтц Б. Основы розничной торговли. СПб.: Питер, 2001.
17. Мачнев Е. В . Развлекучки: креатив в розничной торговле. – СПб.: Питер, 2005.
18. Сыроева С. В. Стандарт розничного магазина. Разработка инструкций и регламентов. – СПб.: Питер, 2007.

19. Современный супермаркет: Учебник по современным формам торговли. – М.: Издательство ВВРГ, 2005.
20. Ходаков А . Психология успешных продаж. – СПб.: Питер, 2001.

Електронні ресурси

1. <https://allretail.ua/ru>
2. <https://rau.ua/ru/>
3. <https://ua-retail.com/>
4. <https://retailers.ua/>
5. <https://promodo.ua/ua/blog/10-taktik-onlajn-merchandajzinga-dlya-uvlicheniya-prodazh.html#gref>
6. www.retailclub.ru
7. www.vitrina.ru
8. <https://vitrinistika.ru/>
9. <http://www.kanayan.biz/>