

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету

_____ А.Д. Остапчук
“ _____ ” _____ 2015 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри _____

Протокол № _____ від “ _____ ” _____ 2015 р.
Завідувач кафедри
_____ Я.С. Ларіна

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

напрямок підготовки _____
спеціальність _____ **6.030507«Маркетинг»** _____
спеціалізація _____
Факультет(ННІ) _____ аграрного менеджменту _____
Розробники: доцент, к. е. н., доцент Бабічева О.І. _____
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2015 р.

1. Опис навчальної дисципліни

"Інфраструктура товарного ринку"

| | | |
|---|---|-----------------------|
| Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень | | |
| Освітньо-кваліфікаційний рівень | «Бакалавр» (бакалавр, спеціаліст, магістр) | |
| Напрямок підготовки | | |
| Спеціальність | 6.030507 «Маркетинг» | |
| Спеціалізація | | |
| Характеристика навчальної дисципліни | | |
| Вид | вибіркова | |
| Загальна кількість годин | 90 | |
| Кількість кредитів ECTS | 3 | |
| Кількість змістових модулів | ___2___ | |
| Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані) | <u>не передбачений</u> (назва) | |
| Форма контролю | залік | |
| Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання | | |
| | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Рік підготовки | 4 | 4 |
| Семестр | ___1___ | ___1___ |
| Лекційні заняття | ___15___ год. | ___4___ год. |
| Практичні, семінарські заняття | ___30___ год. | ___8___ год. |
| Лабораторні заняття | ___ год. | ___ год. |
| Самостійна робота | ___45___ год. | ___76___ год. |
| Індивідуальні завдання | ___ год. | ___ год. |
| Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента – | ___3___ год. ___3___ год. | |

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни є засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» є :

- усвідомлення сутності та функцій інфраструктури ринку;
- оволодіння знаннями щодо організації та планування діяльності підприємств на ринку;
- вивчення системи показників інфраструктури товарного ринку та методів їх формування;
- набуття вмінь самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку інфраструктури товарного ринку.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

- функціонуванні суб'єктів ринкової інфраструктури;
- роль і функції елементів інфраструктури товарного ринку;
- сферу та специфіку діяльності оптової та роздрібної торгівлі, торгово-посередницьких структур, організованих товарних ринків, лізингових, інформаційних та організаційно-комерційних компаній;
- методи державного регулювання та сприяння розвитку ринкової інфраструктури;
- методи оцінки ефективності комерційної діяльності суб'єктів ринкової інфраструктури.

вміти :

- застосовувати набуті знання для розв'язання наступних практичних завдань;
- здійснювати всебічний аналіз економічних показників інфраструктури із застосуванням сучасного інструментарію;
- розробляти методи підвищення ефективності діяльності суб'єктів інфраструктури на товарному ринку.

2. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку

1.1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР). Класифікація елементів інфраструктури товарного ринку (ІТР). Функції ІТР стосовно складових товарного обігу. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР. Показники оцінки обсягів діяльності ІТР та їх визначення. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів ІТР. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шлях їх вирішення.

1.2. Оптова торгівля

Оптова торгівля - основа складова господарсько-торговельної діяльності. Формування в Україні ринково орієнтованої оптової торгівлі. Структурна побудова системи оптової торгівлі на макрорівні. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі. Головні чинники, що впливають на вибір форми оптової торгівлі. Диференціація видів оптової торгівлі. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Перспективи та тенденції розвитку оптової торгівлі на макрорівні. Види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Зміст комерційної діяльності з гуртового продажу. Організація оптової закупівлі товарів. Оптовий продаж товарів. Використання ефективних форм та методів гуртового продажу як найважливіша умова розширення каналів збуту. Нетрадиційні методи гуртового продажу товарів. Послуги підприємств оптової торгівлі. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі та методи їх визначення.

1.3. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку

Сутність торгово-посередницької діяльності. Класифікація торгових посередників. Принципи діяльності посередників. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності. Критерії відбору торгових посередників. Функції торгових посередників. Мотивація та винагорода посередників. Форми винагороди торгових посередників. Організація посередницької діяльності на товарному ринку. Організація посередницької діяльності в оптовій та роздрібній торгівлі. Організаційні структури посередницьких компаній. Класифікація посередників за місцем на ринку. Зміст монопольної агентської угоди. Посередники з переважним правом (правом "першої руки"). Умови співробітництва простих посередників.

1.4. Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків

Роль та місце організованих товарних ринків в ІТР. Види організованих товарних ринків та їх відмінності. Ознаки організованих товарних ринків.

Аукціон як форма організованого ринку. Особливості аукціонних торгів та товарів. Класифікація аукціонів як суб'єкта господарської діяльності та виду торгів. Етапи організації проведення аукціонних торгів. Сучасні тенденції розвитку аукціонної торгівлі. Аукціонна торгівля в Україні.

Тендери як форма організованого товарного ринку. Предмет за цілі тендерних торгів. Класифікація тендерів. Етапи організації і проведення тендерів. Правове забезпечення та практика проведення тендерів в Україні.

1.5. Товарні біржі

Біржа, як одна з форм організованого гуртового ринку. Види бірж. Функції товарної біржі. Особливості біржового товару. Класифікація товарних бірж. Принципи діяльності товарної біржі. Права товарних бірж. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж. Організаційна структура товарної біржі. Права та обов'язки членів товарної біржі. Організація процесу біржової торгівлі. Форми та методи проведення біржових торгів. Зміст біржової угоди та види біржових угод. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерсних контрактів. Брокерська діяльність на товарній біржі. Організаційно-документальне оформлення брокерської угоди. Сучасні тенденції розвитку біржової торгівлі. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні.

1.6. Роздрібна торгівля

Сутність та зміст роздрібної торгівлі. Головні функції роздрібної торгівлі. Форми роздрібної торгівлі. Методи роздрібної торгівлі. Послуги роздрібних магазинів. Класифікаційні ознаки та типологія роздрібних торгових точок. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібної торгівлі. Особливості комплексу маркетингу роздрібної торгівлі. Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі. Стратегічні рішення щодо розміщення торгової точки, спеціалізації, співвідношення ціна-якість. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібної торгівлі. Зобов'язання роздрібної торгівлі щодо контролю якості товарів.

1.7. Персональний продаж

Сутність та особливості персонального продажу. Організаційні форми персонального продажу. Головні складові та етапи процесу персонального продажу. Типи презентацій товару та тактика усунення заперечень покупців. Управління персональним продажем. Торгові представники і вимоги щодо них.

Мотивація торгового персоналу та показники оцінки ефективності його діяльності. Багаторівневий (мережевий) маркетинг та його особливості. Нові форми продажу товарів та послуг

Модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури

2.1. Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі

Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Особливості продуктів інформаційної.

Види інформаційних послуг. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Класифікація комерційної інформації. Методи захисту комерційної інформації. Види підприємств, що надають інформаційні послуги. Реклама як вид комерційної інформації. Організаційні форми рекламної діяльності. Рекламні агенції як інформаційні організації.

2.2. Лізинг

Сутність, функції та економічне значення лізингу. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингових відносин. Відмінності лізингу та оперативної оренди, банківського кредиту. Форми фінансового лізингу. Сублізинг. Структура та зміст лізингової угоди. Права і зобов'язання лізингодавця та лізингоодержувача. Послідовність здійснення лізингових угод. Законодавче забезпечення лізингу в Україні. Структура лізингових платежів. Фактори, що впливають на розмір лізингових платежів. Економічна ефективність лізингу. Проблеми розвитку лізингу в Україні. Досвід лізингових відносин в аграрному секторі України.

2.3. Організаційно-комерційна діяльність

Зміст організаційно-комерційної діяльності. Особливості продуктів організаційно-комерційної діяльності. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Ефективність організаційно-комерційних послуг

Виставки і ярмарки як суб'єкти організаційно-комерційної діяльності. Класифікація виставок/ ярмарок. Етапи організації проведення виставки/ ярмарку. Розвиток виставкової діяльності в Україні

2.4. Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів.

Значення контролюючих функцій інфраструктури. Роль держави в контролі діяльності елементів інфраструктури. Суб'єкти, що здійснюють контролюючі функції.

Права споживачів та їх законодавчий захист. Основні положення Закону України «Про захист прав споживачів». Система контролю дотримання підприємствами законодавчих норм про права споживачів.

2.5. Система захисту конкуренції та її правові засади.

Конкуренція як умова розвитку та ефективної діяльності суб'єктів інфраструктури ринку. Антимонопольний комітет його роль та права в системі захисту конкуренції.

Антимонопольне законодавство та його основні вимоги. Ознаки монопольного положення підприємства на ринку. Практика контролю дотримання антимонопольного законодавства в Україні.

Недобросовісна конкуренція та її види. Захист від недобросовісної конкуренції.

3. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | | Кількість годин | | | | | | | | | | | |
|--|--|-----------------|--------------|----|-----|-----|--------------|--------|--------------|----|-----|-----|------|
| | | денна форма | | | | | Заочна форма | | | | | | |
| | | усього | у тому числі | | | | | усього | у тому числі | | | | |
| | | | л | п | лаб | інд | с.р. | | л | п | лаб | інд | с.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 6 | | | | | 6 |
| 2 | Оптова торгівля | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 5 | | 2 | | | 3 |
| 3 | Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку | 9 | 2 | 2 | | | 5 | 6 | 2 | | | | 4 |
| 4 | Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків | 11 | 1 | 4 | | | 6 | 15 | | 2 | | | 13 |
| 5 | Товарні біржі | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 7 | 2 | | | | 5 |
| 6 | Роздрібна торгівля | 10 | 2 | 4 | | | 4 | 6 | | 2 | | | 4 |
| 7 | Персональний продаж | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 6 | | | | | 6 |
| Разом модуль 1 | | 54 | 9 | 18 | 0 | 0 | 27 | 51 | 4 | 6 | 0 | 0 | 41 |
| Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Інформаційна та діяльність в інфраструктурному комплексі. | 12 | 2 | 4 | | | 6 | 12 | 2 | | | | 10 |
| 2 | Лізинг | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 7 | | 2 | | | 5 |
| 3 | Організаційно-комерційна діяльність | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 6 | | | | | 6 |
| 4 | Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів. | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 7 | | | | | 7 |
| 5 | Система захисту конкуренції та її правові засади. | 6 | 1 | 2 | | | 3 | 7 | | | | | 7 |
| Разом модуль 2 | | 36 | 6 | 12 | 0 | 0 | 18 | 39 | 2 | 2 | 0 | 0 | 35 |
| Усього годин | | 90 | 15 | 30 | 0 | 0 | 45 | 90 | 6 | 8 | 0 | 0 | 76 |

5. Теми семінарських занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|------------|-----------------|
| 1 | | |
| ... | | |

6. Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1 | Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку | 2/- |
| 2 | Оптова торгівля | 2/2 |
| 3 | Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку | 2/- |
| 4 | Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків | 4/2 |
| 5 | Товарні біржі | 2/- |
| 6 | Роздрібна торгівля | 4/- |
| 7 | Персональний продаж | 2/2 |
| 8 | Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі | 6/- |
| 9 | Лізинг | 3/2 |
| 10 | Організаційно-комерційна діяльність. | 3/- |
| 11 | Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів. | 3/- |
| 12 | Система захисту конкуренції та її правові засади. | 3/- |
| 13 | | |
| 14 | | |
| | Разом | 30/8 |

7. Теми лабораторних занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|------------|-----------------|
| 1 | | |
| ... | | |

8. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

Зразок білета

| НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ | | | |
|--|--|--|---|
| ОКР «Бакалавр» напряму підготовки/ спеціальності 6.030507 «Маркетинг» | Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2015-2016 навч. рік | БІЛЕТ № з дисципліни «Міжнародний маркетинг» | Затверджую Зав. кафедри _____ (підпис) <u>Ларіна Я.С.</u> (ПІБ) _____ 2015 р. |

Дайте письмово відповідь на питання:

1. Функції інфраструктури товарного ринку.
2. Охарактеризуйте організаційні форми персонального продажу.
3. Тестові завдання:

1.Тендер з попередньою кваліфікацією означає:

| | |
|----|--|
| 1. | попередній вибір товарів для участі в торгах; |
| 2. | попередній відбір підприємств для запрошення до участі в тендері; |
| 3. | вибір найкращої пропозиції для участі в тендері; |
| 4. | вибір з підприємств учасників, тих що відповідають вимогам для подальшої участі в тендері; |

2. До особливостей аукціонних торгів не відносять:

| | |
|----|--|
| 1. | попередній огляд товарів перед торгами; |
| 2. | попередню кваліфікацію покупців; |
| 3. | торгівля товаром, що часто не підлягає стандартизації; |
| 4. | торгівлю тільки наявним товаром; |

3. До активних елементів інфраструктури ринку відносяться:

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

4. Які посередницькі операції здійснюються від імені торгового посередника і за його рахунок?:

| |
|--|
| (у бланку відповідей впишіть вірну відповідь) |
|--|

5. Біржові угоди, що не передбачають реальної поставки товару

| |
|--|
| (у бланку відповідей впишіть вірну відповідь) |
|--|

6.Консигнатор набуває право власності на товар:

| | |
|----|--|
| 1. | після перерахування оплати покупцем |
| 2. | після розмитнення товару |
| 3. | при отриманні товару на консигнаційний склад |
| 4. | немає правильної відповіді |

7. Які із наведених операцій здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок власника товару?:

| | |
|----|-------------------------|
| 1. | брокерські; |
| 2. | комісійні; |
| 3. | агентські |
| 4. | операції з перепродажу. |
| 5. | консигнаційні; |

8. Які з нижченаведених підприємств не є суб'єктами комерційної діяльності?:

| | |
|----|--|
| 1. | товарні біржі |
| 2. | незалежні гуртові торговці, дистриб'ютори, дилери; |
| 3. | брокери, агенти, комісіонери, консигнатори; |
| 4. | Торгово-промислова палата |
| 5. | Рекламні агенції |

9. Перераховані ознаки є основними характеристиками таких ринків :

| | |
|----|--|
| 1. | концентрація попиту і пропозиції в часі та просторі; |
| 2. | існування правил ведення торгівлі; |

3. існування органу, що контролює їх дотримання

(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)

10. Транзитна оптова торгівля без участі в розрахунках передбачас:

(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)

9. Індивідуальні завдання

Зміст індивідуальних завдань наведено у навчально-методичному комплексі з курсу «Інфраструктура товарного ринку» – укладач Бабічева О.І.-

Результати індивідуального завдання подаються в друкованому вигляді (1,5-2 сторінки формату А4)

10. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання.

11. Форми контролю

Виконання модульних і рубіжних контрольних робіт, індивідуальних робіт, ситуаційних завдань, тестових завдань, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за *поточним* та *підсумковим* контролюями. Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у письмовій формі. Контрольні завдання за змістовим модулем включають тестові питання (30 тестів).

Контроль самостійної роботи проводиться:

з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів;

з практичних занять – з допомогою перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на заліку у письмовій формі. Заліковий білет включає 30 тестів.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

| Поточний контроль | | Рейтинг з навчальної роботи R _{НР} | Рейтинг з додаткової роботи R _{ДР} | Рейтинг штрафний R _{ШТР} | Підсумкова атестація (залік) | Загальна кількість балів |
|--------------------|--------------------|---|---|-----------------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Змістовий модуль 1 | Змістовий модуль 2 | | | | | |
| 0-100 | 0-100 | 0-70 | 0-20 | 0-5 | 0-30 | 0-100 |

Оцінювання студента відбувається згідно положенням «Про екзамени та заліки у НУБіП України» від 20.02.2015 р. протокол № 6 з табл. 1.

| Оцінка національна | Оцінка ЄКТС | Визначення оцінки ЄКТС | Рейтинг студента, бали |
|--------------------|-------------|------------------------|------------------------|
|--------------------|-------------|------------------------|------------------------|

| | | | |
|---------------------|-----------|--|-----------------|
| Відмінно | A | ВІДМІННО – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок | 90 – 100 |
| Добре | B | ДУЖЕ ДОБРЕ – вище середнього рівня з кількома помилками | 82 – 89 |
| | C | ДОБРЕ – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок | 74 – 81 |
| Задовільно | D | ЗАДОВІЛЬНО – непогано, але зі значною кількістю недоліків | 64 – 73 |
| | E | ДОСТАТНЬО – виконання задовольняє мінімальні критерії | 60 – 63 |
| Незадовільно | FX | НЕЗАДОВІЛЬНО – потрібно працювати перед тим, як отримати залік (позитивну оцінку) | 35 – 59 |
| | F | НЕЗАДОВІЛЬНО – необхідна серйозна подальша робота | 01 – 34 |

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$.

13. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до вивчення дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" для студентів спеціальності 6.0305070 «Маркетинг». - К.: Компринт, 2014. – 120 с.

14. Рекомендована література

Базова

1. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2005. - 340 с.
2. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник/ Під ред. ІВ. Сороки.- К.: НМЦВО МО і Н України, НВФ «Студцентр», 2002.-608 с
3. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2004. -254с.

Додаткова

4. Бобров В.Я. Основи ринкової економіки і підприємництва. К., Вища шк., 2003.
5. Виноградська А. М. Комерційне підприємство : сучасний стан, стратегії розвитку Монографія / А. М. Виноградська К: Центр навч. літ-ри, 2004 - 807с.

6. Дудяк Р.П. "Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум": Навчальний посібник - 2-ге видання - Львів: Новий Світ - 2000: Магнолія плюс, 2003.
7. Єрмошенко М.І. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник. -К.: НАУ, 2003.
8. Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник для студ. вищих навч. Закладів / М.В. Жук-Чернівці: Рута, 2003.-576 с
9. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" // Відомості Верховної Ради України 1993, №50, ст.472
- 10.Закон України "Про товарну біржу" від 10.12.91 (зі змінами та доповненнями від 15.05.2003).
- 11.Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про лізинг» № 1381-IV від 12.11.2003. - // Урядовий кур'єр, 16.01.2004 №8.
- 12.Закон України від 22.05.97 р. № 283/97-ВР: Про оподаткування прибутку підприємств.
- 13.Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник.- 2- ге вид., доп. і перероб.- К.: КНЕУ, 2003.- 524 с
- 14.Обротко Б.А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2003 - 264
- 15.Організація торгівлі: підр / І. П. Міщук, В. М. Ребицький; ред В. В. Апопій, 2-е вид К. центр навч літ-ри , 2005 - 616с
- 16.О'Рейли Д. Как найти и удержать оптового покупателя: пер с англ / Д. О'Рейли , Д. Д. Гибас Минск:Амалфея, 2003 – 271с
- 17.Примак. Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб. - К: МАУП, 2003.-с 65-68.
- 18.Синамати А. Успех в многоуровневом маркетинге. - М.: 1996, 77 с.
- 19.Солодкий М. О. Біржовий ринок: Навч. посібник. - К.: Джерела, 2001. -336 с.
- 20.Соломатин А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник. - М.: ИНФРА, 2000. - 294с.
21. Хоскинг А. Курс предпринимательства. - М.: Международные отношения, 1993.
- 22.Цивільний кодекс України: Офіційне видання. – К.: АТІКА, 2003. – 416с.

Інформаційні ресурси

23. Google.com.ua
24. rambler.ru
25. altavista.com
26. <http://amc.gov.ua/> (Антимонопольний комітет України)
27. <http://www.bl.uk/>
28. <http://www.businessvoc.ru/>
29. <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України)

30. <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики)
31. <http://www.glossary.ru/>
32. <http://www.kmu.gov.ua/> (урядовий портал)
33. <http://www.rada.gov.ua> (Верховна рада України)
34. <http://www.ukrstat.gov.ua> (Державна служба статистики)