

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)

Кафедра товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва

ЗАТВЕРДЖЕНО

Постанова вченої ради

19.06.2023

протокол № 08, п. 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ від 19.06.2023 № 82

УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ /

MANAGEMENT OF TRADING ACTIVITIES

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«магістр» / «master»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» / «Management and Administration»
Спеціальність	076 «Підприємництво та торгівля» / «Business and Trade»
Освітня програма	«Підприємництво та торгівля» / «Business and Trade»

Розробник: Шарко Віталій, доктор економічних наук, доцент

Гарант освітньої програми «Підприємництво та торгівля» – Шарко Віталій, доктор економічних наук, доцент

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва 08.06.2023, пр. № 13; на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 12.06.2023, пр. № 06.

Рецензенти: Сіренко Світлана, кандидат технічних наук, доцент
Гавенко Михайло, директор ПП «Культтовари-Вінниця»,
м. Вінниця

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 26.06.2023. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,16.
Обл.-вид. арк. 0,91. Тираж 2. Зам. № 495.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Робоча програма призначена для здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» та є важливою складовою частиною у системі підготовки фахівців для управління торговельною діяльністю. Предметом вивчення навчальної дисципліни є механізм управління сукупністю відносин, які виникають в процесі просування товарів та послуг від виробника до споживача в контексті забезпечення конкурентоспроможності.

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління торговельною діяльністю» є формування у здобувачів вищої освіти сучасного економічного мислення, набуття та систематизація знань у сфері управління торгівлею в сучасних умовах господарювання, ознайомлення з базовими поняттями, принципами та методами ефективного управління підприємствами торгівлі України.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти з наступних питань:

- суть, цілі, завдання та види торгівлі як галузевої економічної системи;
- суть управління діяльністю підприємств торгівлі;
- теоретичні основи стратегічного управління;
- суть поняття «оптова торгівля» та принципи формування асортименту товарів;
- суть роздрібного товарообороту, визначення поняття «стимулювання» та роль стимулювання продажу у механізмі просування товарів;
- використання різноманітних принципів формування асортименту товарів;
- виконання аналізу концентрації ринку товарів та послуг;
- визначення еталонної стратегії та обирання найбільш ефективної стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі;
- застосування на практиці різних засобів стимулювання збуту та оцінки їх впливу на результати торговельної діяльності;
- виконання комплексної оцінки ефективності діяльності суб'єктів торгівлі.

Результатом вивчення навчальної дисципліни «Управління торговельною діяльністю» для освітньої програми «Підприємництво та торгівля» є формування комплексу компетентностей:

– **інтегральна компетентність:** Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми галузі підприємництва та торгівлі, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог;

– **загальні компетентності (ЗК)**

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

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

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

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

– **спеціальні компетентності (СК)** здобувачів другого рівня освіти освітньої програми «Підприємництво та торгівля»:

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

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

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

Програмні результати навчання (ПРН) здобувачів другого рівня освіти освітньої програми «Підприємництво та торгівлі» полягають у здатності:

1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

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

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

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

6. Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

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

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

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

10. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких та торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.

Критерії оцінювання результатів навчання. Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Для визначення рівня успішності використовується система комплексної діагностики знань, зорієнтована на стимулювання систематичної аудиторної та самостійної роботи здобувачів вищої освіти. Запровадження нової системи передбачає підвищення зацікавленості здобувачів вищої освіти до вивчення навчального матеріалу, дає можливість більш об'єктивно оцінити рівень їх знань.

Система оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Для оптимізації процесу опанування матеріалу навчальної дисципліни здобувачам вищої освіти, які навчаються за денною формою, надається можливість працювати в режимі дистанційного навчання в системі MOODLE.

Підсумковий контроль – екзамен. Здобувачі вищої освіти, які повністю виконали програму дисципліни та набрали достатню кількість балів, отримують підсумкову оцінку без опитування чи виконання екзаменаційного завдання (згідно з Положенням Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти №12 від 07.02.2022).

У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.

Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переведу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового (семестрового) контролю, має право звернутися із проханням переглянути оцінку, одержану на екзамені (згідно Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів № 32 від 07.02.2022).

Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компоненту, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.

Кінець табл.

1	2	3
Елементарний (репродуктивний)	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом викладача виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

ОБСЯГ ДИСЦИПЛІНИ У КРЕДИТАХ ТА ЙОГО РОЗПОДІЛ

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин/ кредитів	з них			
		лекції	практичні заняття	СРС	
Тема 1. Торгівля – важлива складова сучасного бізнесу	18	2	-	14	УО, КТ, ІЗ
Тема 2. Теоретичні засади управління в торгівлі	21	4	4	13	Р, УО, ІЗ
Тема 3. Стратегічне управління підприємством торгівлі	18	2	2	14	ДК, Т, ІЗ
Тема 4. Управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі	22	4	4	14	ПО, КТ, ІЗ
Тема 5. Державне регулювання діяльності підприємств торгівлі в Україні	22	4	4	14	ІЗ, УО
Тема 6. Управління підприємствами оптової торгівлі	20	2	4	14	ІЗ, ПО, Т
Тема 7. Управління підприємствами роздрібною торгівлі	22	4	4	14	ПО, ІЗ, Т
Тема 8. Маркетинг торгівлі	22	4	4	14	ПО, ІЗ, Т
Тема 9. Оцінка діяльності підприємств торгівлі	15	2	2	13	ПО, ІЗ, Т
Разом	180/6	28	28	124	
Підсумковий контроль					екзамен

Умовні позначення форм контролю:

УО – усне опитування;

ІЗ – індивідуальне завдання;

ПО – письмове опитування;

КТ – комп'ютерне тестування;

Т – тестування;

ДК – розрахунки та дослідження з використанням комп'ютера.

II. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Торгівля – важлива складова сучасного бізнесу

Поняття, суть та роль торгівлі. Фахівець з торгівлі та його основні функції. Торговельна діяльність та підприємництво. Мета торгівлі в сфері товарного обороту. Історія розвитку торгівлі. Об'єкт та суб'єкт торгівлі. Види і класифікація юридичних осіб. Види та функції торгівлі.

Функції, що виконує оптова торгівля щодо клієнтів-покупців. Функції, що виконує оптова торгівля щодо клієнтів-постачальників. Напрямки розвитку оптової торгівлі. Основні тенденції розвитку торгівлі на сучасному етапі

Позамагазинні форми торгівлі. Дрібно-роздрібна стаціонарна та пересувна мережа. Торгові автомати. Ярмарки і базари. Мережевий маркетинг. Посилкова торгівля. Електронна торгівля.

Особливості функціонування підприємств торгівлі в Україні. Необхідність розширення сфери діяльності підприємств торгівлі. Динаміка роздрібного товарообороту. Динаміка розвитку підприємств торгівлі України.

Тема 2. Теоретичні засади управління в торгівлі

Суть та зміст управління в торгівлі. Характеристики торговельного менеджменту. Концепція управління підприємством торгівлі. Основні завдання управління підприємством торгівлі. Сфери застосування управління підприємством торгівлі. Класифікація функцій управління в сфері торгівлі.

Інтеграція та диверсифікація діяльності в управлінні підприємствами торгівлі. Визначення поняття «узгодження». Цільовий підхід до управління торговельною діяльністю. Процесний підхід до управління. Системний підхід до управління. Ситуаційний підхід до управління. Диверсифікація торговельного менеджменту. Класифікація типів управління підприємствами торгівлі.

Підприємство торгівлі як об'єкт управління. Особливості підприємства торгівлі як об'єкту управління. Фази розвитку підприємства торгівлі. Технологія та чинники вибору організаційно-правової форми торговельної діяльності. Види підприємств торгівлі: індивідуальне торговельне підприємство; партнерське торговельне підприємство; корпоративне торговельне підприємство. Етапи вибору організаційно-правової форми підприємства торгівлі.

Тема 3. Стратегічне управління підприємством торгівлі

Теоретичні засади стратегічного управління торговельним бізнесом. Суть поняття «стратегічне управління». Характеристика стратегічного управління. Структура стратегічного управління підприємством торгівлі. Визначення місії підприємства торгівлі.

SWOT-аналіз як інструмент вибору та розробки стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі. Сутність та мета застосування SWOT-аналізу. Аналіз внутрішнього середовища підприємства. Аналіз зовнішнього оточення. Аналіз можливостей і загроз, сильних та слабких сторін підприємства в сфері торгівлі.

Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства торгівлі. Морфологічна матриця еталонних стратегій забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства (КСП) торгівлі. Характеристика еталонних стратегій забезпечення КСП. Вибір стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі.

Тема 4. Управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі

Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства галузі торгівлі. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринку. Конкурентне середовище підприємства. Конкурентні переваги підприємства.

Конкурентні стратегії. Конкурентоспроможність товару та методи її оцінки. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Сучасні інструменти для підвищення ефективності управління торговельною діяльністю (BAS-Управління торгівлею, BAS-Комплексне управління підприємством, BAS-Роздрібна торгівля та ін.). Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності. Менеджмент якості як фундамент забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства.

Тема 5. Державне регулювання діяльності підприємств торгівлі в Україні

Принципи та зміст державного регулювання торгівлі. Монітористська концепція державного регулювання торгівлі. Кейнсіанська концепція державного регулювання торгівлі. Цілі державного регулювання споживчого ринку товарів і послуг. Суб'єкт й об'єкт державного регулювання торгівлі. Принципи державного регулювання сфери торгівлі. Захист прав споживачів в Україні та в економічно розвинутих країнах.

Методи державного регулювання товарного обороту. Класифікація методів державного регулювання товарного обороту. Товарне квотування. Ліцензування. Оцінка монополістичної влади на ринку. Розрахунок індексу Херфіндала-Хіршмана.

Принципи здійснення державного контролю та нагляду в торгівлі. Загальні та специфічні принципи: законності; гласності; забезпечення захисту прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності; об'єктивності; етичності; відповідальності державного контрольно-наглядового органу за шкоду, заподіяну суб'єкту торговельної діяльності внаслідок порушення вимог законодавства; мінімізації втручання державного контрольно-наглядового органу в господарчу діяльність торговельного об'єкту; професіоналізму; оперативності; неприпустимості тиску контролюючих органів на суб'єктів торговельної діяльності.

Тема 6. Управління підприємствами оптової торгівлі

Сутність, види та функції оптової торгівлі. Поняття категорії «оптова торгівля». Відмінна риса оптової торгівлі. Основні види оптової торгівлі. Основні функції оптової торгівлі. Допоміжні функції оптової торгівлі. Фактори, що впливають на оптову торгівлю.

Види оптових підприємств та їх класифікація. Засади функціонування оптових підприємств. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Характеристика видів підприємств оптової торгівлі.

Місце оптових посередників на товарному ринку. Основні типи оптових посередників. Характеристика оптових посередників: дистриб'ютори, збутові агенти, комісiонери, товарні брокери, консигнатори, повірені, дилери, незалежні оптовики-купці. Інструменти продажів в e-commerce. Види торговельних майданчиків, особливості їх функціонування.

Формування та управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі. Сутність формування асортименту. Принципи формування асортименту. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту підприємства оптової торгівлі. Етапи розробки асортиментного переліку. Робота з оптимізації асортименту.

Тема 7. Управління підприємствами роздрібною торгівлі

Структура та функції роздрібною торгівлі. Сутність роздрібною торгівлі. Поняття роздрібною товарообороту. Функції роздрібною торгівлі. Класифікація роздрібною торгівлі. Чинники, що впливають на розміщення роздрібною мережі.

Характеристика роздрібною товарообороту. Значення товарообороту на державному рівні. Види продаж. Продаж товарів на транспортних засобах.

Управління товарними запасами в підприємстві роздрібною торгівлі. Сутність товарних запасів. Причини, що обумовлюють необхідність формування товарних запасів. Мета управління товарними запасами. Політика управління товарними запасами. Чинники ефективності управління товарними запасами. Класифікація товарних запасів.

Система послуг у роздрібною торгівлі як спосіб стимулювання продажів товарів. Культура торгівлі. Поняття «послуга». Класифікація послуг. Зміст поняття «стимулювання збуту». Причини зростання значимості стимулювання збуту. Цілі стимулювання збуту в залежності від об'єктів стимулювання. Переваги та недоліки стимулювання збуту. Методи та види стимулювання збуту, що спрямовані на споживачів. Методи нецінового стимулювання збуту. Методи стимулювання посередників. Етапи процесу стимулювання продажу.

Тема 8. Маркетинг торгівлі

Маркетинг оптової торгівлі. Завдання маркетингу в сфері оптової торгівлі. Транзитна і складська форми оптової торгівлі. Маркетингові рішення та маркетингові стратегії в оптовій торгівлі. Завдання маркетингу в системі оптової торгівлі.

Маркетинг роздрібною торгівлі. Завдання маркетингу в сфері роздрібною торгівлі. Класифікація підприємств роздрібною торгівлі: маркетинговий аспект. Завдання маркетингу роздрібною торгівлі. Маркетинг закупівель магазину. Сегментація ринку.

Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі. Суть рекламних засобів. Рекламне повідомлення. Просування продукту та пабліситі. Рекламно-інформаційна підтримка.

Тема 9. Оцінка діяльності підприємств торгівлі

Система основних показників діяльності оптових підприємств. Поняття доходу; валовий дохід та основні групи валового доходу торговельного підприємства; поняття товарообороту торговельного підприємства; складський і транзитний оптовий товарооборот, загальний та валовий товарооборот.

Діагностика діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Ефект, ефективність; аспекти ефективності системи управління діяльністю суб'єктів торгівлі; умови комплексної оцінки діяльності торговельного підприємства; загальні та спеціальні показники; елементи основних функцій, що підлягають рейтинговій системі оцінки (елементи функції маркетингу, реалізації, фінансової, кадрової, матеріально-технічної функції, функції менеджменту).

Ефективність діяльності підприємства торгівлі та шляхи її підвищення. Методика формування механізму рейтингової оцінки діяльності структурних підрозділів підприємств торгівлі.

Структура навчальної дисципліни

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год.
1	2	3
Знати суть поняття «торгівля», види та її функції. Знати організаційну структуру діяльності торгівлі в Україні.	Тема 1. Торгівля – важлива складова сучасного бізнесу	2
	<p>Лекція № 1 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття, суть та роль торгівлі. 2. Види та функції торгівлі. 3. Позамагазинні форми торгівлі. 4. Особливості функціонування підприємств торгівлі в Україні. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 9-16. Інтернет-ресурси: 17-33.</p>	
	<p>Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Історія розвитку торгівлі. 2. Основні тенденції розвитку торгівлі на сучасному етапі. 3. Мережевий маркетинг. Посилкова торгівля. Електронна торгівля. 4. Динаміка розвитку підприємств торгівлі України. 	14
Знати суть та зміст управління торговельною діяльністю в Україні; класифікаційні ознаки типів управління підприємствами торгівлі; структуру установчих документів підприємства. Вміти орієнтуватись в установчих документах та їх формуванні.	Тема 2. Теоретичні засади управління в торгівлі	2
	<p>Лекція № 2 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та зміст управління в торгівлі. 2. Інтеграція та диверсифікація діяльності в управлінні підприємствами торгівлі. 3. Класифікація типів управління підприємствами торгівлі. 	
	<p>Лекція № 3 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підприємство торгівлі як об'єкт управління. 2. Технологія та чинники вибору організаційно-правової форми торговельної діяльності. 3. Етапи вибору організаційно-правової форми підприємства торгівлі. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 9-16. Інтернет-ресурси: 17-33.</p>	2

1	2	3
	<p>Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 1, 2. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сфери застосування управління підприємством торгівлі. 2. Диверсифікація торгового менеджменту. 3. Фази розвитку підприємства торгівлі. 4. Види підприємств торгівлі. 	13
	<p>Практичне заняття № 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. З'ясувати особливості вибору організаційно-правової форми торговельної діяльності. 2. Ознайомитись з установчими документами підприємства. 3. Ознайомитись із процедурою формування установчих документів 	2
	<p>Практичне заняття № 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомлення з критеріями вибору організаційно-правової діяльності підприємства. 2. Вивчити законодавчі акти, які регулюють торговельну діяльність в Україні. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів 	2
<p>Знати засади стратегічного управління підприємства торгівлі. Вміти користуватись інструментами та розробляти стратегії розвитку підприємств торгівлі.</p>	<p style="text-align: center;">Тема 3. Стратегічне управління підприємством торгівлі</p> <p>Лекція № 4 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні засади стратегічного управління торговельним бізнесом. 2. SWOT-аналіз як інструмент вибору та розробки стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі. 3. Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства торгівлі. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 11. Інтернет-ресурси: 17-33.</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 3. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура стратегічного управління підприємством торгівлі. 2. Аналіз можливостей і загроз, сильних та слабких сторін підприємства в сфері торгівлі. 3. Вибір стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі. 4. Морфологічна матриця еталонних стратегій забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємства торгівлі. 	14

1	2	3
<p>Знати суть державного регулювання торговельної діяльності в Україні. Вміти орієнтуватись в нормативно-правовій документації щодо провадження торговельної діяльності.</p>	<p align="center">Тема 5. Державне регулювання діяльності підприємств торгівлі в Україні</p> <p>Лекція № 7 План лекції 1. Зміст державного регулювання торгівлі. 2. Принципи державного регулювання сфери торгівлі. 3. Захист прав споживачів в Україні та в економічно розвинутих країнах.</p> <p>Лекція № 8 План лекції 1. Методи державного регулювання товарного обороту. 2. Розрахунок індексу Херфіндаля-Хіршмана. 3. Загальні та специфічні принципи здійснення державного контролю та нагляду в торгівлі.</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 14-16. Інтернет-ресурси: 17-33.</p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
	<p>Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 6, 7. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i> 1. Монітористська концепція державного регулювання торгівлі. 2. Кейнсіанська концепція державного регулювання торгівлі. 3. Товарне квотування. Ліцензування. 4. Державний контроль та нагляд в торгівлі.</p>	<p align="center">14</p>
	<p>Практичне заняття № 6 1. Ознайомитись з особливостями державного регулювання підприємницької діяльності. 2. Ознайомитись з особливостями самоорганізації суб'єктів торговельного підприємництва. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.</p>	<p align="center">2</p>
	<p>Практичне заняття № 7 1. Ознайомитись з особливостями етичної та соціальної відповідальності торговельного підприємництва. 2. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.</p>	<p align="center">2</p>
	<p>Знати види та головні функції оптової торгівлі; порядок формування та управління асортиментом підприємства торгівлі. Вміти проводити аналіз факторів</p>	<p align="center">Тема 6. Управління підприємствами оптової торгівлі</p> <p>Лекція № 9 План лекції 1. Суть, види та функції оптової торгівлі. 2. Види оптових підприємств та їх класифікація. 3. Місце оптових посередників на товарному ринку. 4. Інструменти продажу в e-commerce.</p>

1	2	3
зовнішнього та внутрішнього середовищ.	Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 9-16. Інтернет-ресурси: 17-34.	
	Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 8, 9. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i> 1. Фактори, що впливають на оптову торгівлю. 2. Засади функціонування підприємств оптової торгівлі. 3. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту підприємства оптової торгівлі. 4. Робота з оптимізації асортименту. 5. Види торговельних майданчиків, особливості їх функціонування.	14
	Практичне заняття № 8 1. Вивчити зміст функцій видів посередників оптової торгівлі. 2. Ознайомитись з особливостями укладання угод (договорів) в оптовій торгівлі. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
	Практичне заняття № 9 1. Ознайомитись з особливостями накладання штрафних санкцій щодо суб'єктів оптової торгівлі у разі порушення законодавства України. 2. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.	2
Знати структуру роздрібно торгівлі України; класифікаційні ознаки видів товарних запасів. Вміти укласти договір купівлі-продажу.	<p style="text-align: center;">Тема 7. Управління підприємствами роздрібно торгівлі</p> Лекція № 10 План лекції 1. Структура та функції роздрібно торгівлі. 2. Характеристика роздрібного товарообороту. 3. Управління товарними запасами в роздрібному торговельному підприємстві. Лекція № 11 План лекції 1. Класифікація товарних запасів. 2. Система послуг у роздрібній торгівлі як спосіб стимулювання продажу товарів. 3. Методи стимулювання посередників. Етапи процесу стимулювання продажу. Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-6. Додаткові: 13, 15. Інтернет-ресурси: 17-33.	2
		2

1	2	3
	<p>Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 10, 11. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чинники, що впливають на розміщення роздрібною мережі. 2. Значення товарообороту на державному рівні. 3. Політика управління товарними запасами. 4. Культура торгівлі. <p>Практичне заняття № 10</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити зміст функцій фахівців роздрібною торгівлі. 2. Ознайомитись з особливостями укладання угод (договорів) в роздрібній торгівлі. 3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів. <p>Практичне заняття № 11</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомитись з особливостями накладання штрафних санкцій щодо суб'єктів роздрібною торгівлі у разі порушення законодавства України. 2. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів. 	<p>14</p> <p>2</p> <p>2</p>
<p>Знати сучасні маркетингові стратегії, технології, засоби інноваційного розвитку підприємства торгівлі. Вміти сегментувати ринок, виконувати аналіз певного стану розвитку споживчого ринку.</p>	<p style="text-align: center;">Тема 8. Маркетинг торгівлі</p> <p>Лекція № 12 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг оптової торгівлі. 2. Маркетингові рішення та маркетингові стратегії в оптовій торгівлі. 3. Завдання маркетингу в системі оптової торгівлі. <p>Лекція № 13 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг роздрібною торгівлі. 2. Маркетинг закупівель магазину. Сегментація ринку. 3. Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1, 2, 4-8. Додаткові: 9-16. Інтернет-ресурси: 17-34.</p>	<p>2</p> <p>2</p>
	<p>Самостійна робота студентів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 12, 13. <i>Питання, які виносяться на СРС:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Завдання маркетингу в сфері оптової торгівлі. 2. Завдання маркетингу в сфері роздрібною торгівлі. 3. Просування продукту та пабліситі. 	<p>14</p>
	<p>Практичне заняття № 12</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомитись з маркетинговими інструментами, технологіями у роздрібній торгівлі. 2. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів. 	<p>2</p>

1	2	3
	<p>Практичне заняття № 13</p> <p>1. Ознайомитись з сучасними мерчандайзинговими засобами в роздрібній торгівлі.</p> <p>2. Ознайомитись з інформаційними технологіями маркетингу підприємств торгівлі в системі B2B та B2C.</p> <p>3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.</p>	2
<p>Знати систему показників, які демонструють ефективність господарської діяльності підприємства торгівлі. Вміти діагностувати ефективність діяльності підприємства торгівлі</p>	<p>Тема 9. Оцінка діяльності підприємств торгівлі</p> <p>Лекція № 14</p> <p>План лекції</p> <p>1. Система основних показників діяльності підприємств оптової торгівлі.</p> <p>2. Діагностика діяльності підприємств роздрібно торгівлі.</p> <p>3. Ефективність діяльності підприємства торгівлі та шляхи її підвищення.</p> <p>Рекомендовані джерела:</p> <p>Основні: 1, 2, 4-6.</p> <p>Додаткові: 9-16.</p> <p>Інтернет-ресурси: 17-33.</p>	2
	<p>Самостійна робота студентів</p> <p>Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття № 14.</p> <p><i>Питання, які виносяться на СРС:</i></p> <p>1. Поняття доходу підприємств торгівлі.</p> <p>2. Умови комплексної оцінки діяльності підприємства торгівлі.</p> <p>3. Методика формування механізму рейтингової оцінки діяльності структурних підрозділів підприємств торгівлі.</p>	13
	<p>Практичне заняття № 14</p> <p>1. Ознайомитись з основними показниками господарської діяльності підприємства сфери торгівлі.</p> <p>2. Вивчити алгоритм аналізу бізнес-процесу підприємства.</p> <p>3. Розв'язання задач/ситуацій/кейсів.</p>	2
Разом		180

III. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л., Вахович І.М. Організація та технологія торгівлі : навч. посіб. Луцьк : «Надстир'я», 2015. 324 с.
2. Криковцева Н.О., Козакова О.Б., Саркісян Л.Г. та ін. Комерційна діяльність : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2014. 296 с.
3. Мазаракі А.А., Ільченко Н.Б. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
4. Голошубова Н.О. Організація торгівлі : збірник ситуаційних задач, тестів та кросвордів. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 280 с.
5. Стойко І.І., Шерстюк Р.П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, термінологічний словник, тести). Навч.-метод. посібник. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021 156 с..
6. Леськів Г.З., Франчук В.І., Левків Г.Я., Гобела В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.

Додатковий

9. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Нар. укр. акад. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.
10. Дядюк М.А. Ризикостійкість підприємств торгівлі як складова інтегрованої системи ризик-менеджменту. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип. 1. С. 158-168.
11. Мамаєва Г.С. Методичний інструментарій обґрунтування базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Технічний прогрес та ефективність виробництва*. 2013. № 45. С. 87-94.
12. Понікаров В. Правове забезпечення, організація та захист господарської діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 170 с.
13. Посилкіна О.В., Котлярова В.Г., Гладкова О.В. Економічне управління підприємством : навч. посіб. Харків : НФаУ, 2019. 301 с.
14. Фролова Л.В., Хаврова К.С. Механізм управління поточними витратами торговельних підприємств : монографія : Донецьк : вид-во «Ноулідж», 2010. 211 с.
15. Фролова Л.В., Григораш О.В. Управління економічним потенціалом торговельних підприємств : монографія : Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2013. 201 с.
16. Фролова Л.В., Самусева Л.Ю. Управління рентабельністю в підприємствах ресторанного господарства : монографія : Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2013. 252 с.

Інтернет-ресурси

17. Господарський кодекс України від 10.01.2003 № 436-IV. Дата оновлення: 12.01.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
18. Горбан І.М. Оцінка ефективності управління торговельною діяльністю: методи і інструменти прийняття рішень. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.16. С. 325-331. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2013_23.
19. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
20. Земляков І.С., Пилипчук В.П., Штуль В.П. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю торговельно-посередницьких підприємств. *Стратегія економічного розвитку України*. 2015. № 37. С. 156-165. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2015_37_19.
21. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/281%29.pdf>.
22. Лошенюк І.Р. Розвиток маркетингового управління діяльністю торговельного підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2012. Вип. 1. С. 290-294. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2012_1_48.
23. Мошек Г.Є., Соломко А.С., Ковальчук М.М. Вплив типів управлінських рішень на ефективність діяльності торговельних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2013. № 5. С. 264-268. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_5_48.
24. Офіційний сайт Асоціації «Українські Фондові Торговці». URL: <http://www.aust.com.ua/About.aspx>.
25. Податковий кодекс України від 04.12.2010 № 229, (№ 229-230). Дата оновлення: 07.03.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
26. Про Антимонопольний комітет України : Закон України від 26.11.93 № 3660-XII. Дата оновлення: 30.06.2021 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/365912>.
27. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів : Постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833. Дата оновлення: 13.03.2019 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>.
28. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 26.11.1993 № 50/96-ВР. Дата оновлення від 12.11.2019 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
29. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. Дата оновлення: 13.07.2021 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
30. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України від 05.04.2007 р., № 877-V. Дата оновлення: 16.12.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text>.
31. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV. Дата оновлення: 05.08.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-IV>.

[gov.ua laws/show/3480-15](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15).

32. Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг : Закон України від 06.02.2003 № 1953-IX. Дата оновлення: 14.12.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>.

33. Шеленко Д.І., Жук О.І., Баланюк С.І. Управління торговельно-біржовою діяльністю. *Інноваційна економіка*. 2016. № 1-2. С. 222-225. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_1-2_38.

34. ТОП-10 маркетплейсів України. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/top-10-marketplaces-of-ukraine/>