

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
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
Рішення вченої ради
03.06.2024
протокол № 06, п. 9

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 03.06.2024 № 91

ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ / TRADE NETWORK

РОБОЧА ПРОГРАМА

Для усіх галузей знань та спеціальностей

Розробник: Шарко Віталій, доктор економічних наук, доцент

Обговорено та схвалено:

на засіданні кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва від 23.05.2024, протокол № 09;

на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 23.05.2024, протокол № 04.

Рецензенти:

Сіренко Світлана, кандидат технічних наук, доцент

Гавенко Михайло, директор ПП «Культтовари-Вінниця», м. Вінниця

Редактор: Фатеева Т.

Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 28.06.2024 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний

Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,10.

Обл.-вид. арк. 0,81. Тираж 2. Зам. № 267.

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

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Створення торговельних мереж – головний стратегічний напрям розвитку роздрібної торгівлі. Мережеві торговельні структури є найбільш відомими з концепцій економічних відносин, заснованих на інституціональній та територіальній близькості.

Дослідження розвитку торговельних мереж, розуміння їх соціально-економічної сутності та принципів функціонування дасть можливість сучасному фахівцю отримати знання і навички щодо ефективного ведення такої форми торгового бізнесу.

Дана дисципліна є вибірковою.

Метою викладання освітнього компоненту «Торговельні мережі» є оволодіння майбутніми фахівцями базовими знаннями щодо теорії і практики створення та функціонування торговельних мереж, набуття практичних навичок щодо розробки й реалізації обґрунтованих рішень зі стратегічного розвитку, ефективної організації маркетингової та логістичної діяльності.

Основним **завданням** освітнього компоненту є озброєння здобувачів вищої освіти глибокими теоретичними знаннями з всієї сукупності організаційних, торговельно-технологічних операцій і процесів, що відбуваються в мережевому секторі роздрібної торгівлі.

Результатом вивчення освітнього компоненту «Торговельні мережі» є формування комплексу компетентностей:

Знати:

- організаційні форми роздрібної торгівлі;
- організаційно-економічні проблеми функціонування торговельних мереж на ринку роздрібної торгівлі;
- перспективи та ризики розвитку торговельних мереж;
- територіальні аспекти розвитку торговельних мереж;
- організаційну структуру торговельних мереж;
- процедуру пошуку, відбору, навчання, стимулювання та контролювання персоналу торговельних мереж;
- систему організації закупівель товарів торговельними мережами;
- особливості взаємодії торговельних мереж з постачальниками товарів;
- основні підходи до формування асортименту товарів в торговельних мережах;
- процедуру розробки торговельною мережею власної торгової марки;
- цінні стратегії торгових мереж;
- методи підвищення ефективності продаж в торгових мережах.

Вміти:

- визначати найбільш перспективні стратегічні зони діяльності роздрібного торговельного підприємства;
- розраховувати індекс ринкової концентрації роздрібної торгівлі;
- аналізувати конкурентоспроможність торговельної мережі;
- визначати індекс насичення роздрібної торговельної мережі;
- складати плани закупівлі товарів;

- визначати ефективність від впровадження торговельною мережею власної торгової марки;
- застосовувати ABC-аналіз та XYZ-аналіз для управління асортиментом товарів;
- розраховувати показники ефективності використання торгової площі магазину, на основі яких складати «грошові карти» магазину;
- аналізувати структуру чеків на підприємствах роздрібною торгівлі.

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

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компоненту, вмє 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, вмє 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 робочою програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені робочою програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	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 науково-педагогічного працівника виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Для очної (денна, вечірня) форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 07.02.2022 № 38 (зі змінами).

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право звернутися із проханням перегляду оцінки, одержаної на екзамені, відповідно до Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів від 07.02.2022 № 32.

**Обсяг освітнього компоненту в кредитах та його розподіл
(тематичний план)**

Назва теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття			самостійна робота студентів
Тема 1. Підприємницькі об'єднання у світовій економіці	16	4	2	10	В, ВПЗ, УД, Т	5
Тема 2. Торговельні мережі: суть, класифікація і тенденції розвитку	17	4	4	9	В, ВПЗ, УД, Т	10
Тема 3. Стратегічні засади формування торговельних мереж	16	4	4	8	В, ВПЗ, УД, Т	10
Тема 4. Управління функціонуванням торговельних мереж	17	4	4	9	В, ВПЗ, УД, Т	10
Тема 5. Власні торговельні марки	17	4	4	9	В, ВПЗ, ДП	10
Тема 6. Категорійний менеджмент у корпоративній торговельній мережі	16	2	4	10	В, ВПЗ, ДП	10
Тема 7. Управління товаропостачанням торговельної мережі	16	4	4	8	В, ВПЗ, ДП	10
Тема 8. Франчайзингові торговельні мережі	17	4	4	9	В, ВПЗ, ДП	10
Тема 9. Торговельні центри та їх мережі	13	2	2	9	В, ВПЗ, ДП	5
Тема 10. Добровільні об'єднання у торгівлі	11	2	2	7	В, ВПЗ, ДП	5
Індивідуальне завдання	24			24	ІЗ	15
Разом	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль	екзамен					

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал;

ВПЗ – виконання практичних завдань – 2 бали;

УД – участь у дискусії – 1 бал;

Т – тестування – 1 бал;

ДП – доповідь та презентація – 2 бали;

ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (участь у наукових заходах).

Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

II. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Зміст освітнього компоненту (теми програми).

Тема 1. Підприємницькі об'єднання у світовій економіці

Глобалізаційні тренди світової економіки та їх вплив на торгівлю. Основні риси глобалізації економіки. Ключові процеси глобалізації та її наслідки. Фактори впливу і тенденції розвитку роздрібної торгівлі в умовах глобалізації.

Системний підхід до розгляду підприємницьких мереж у торгівлі. Визначальні аспекти системного підходу.

Суть, види підприємницьких мереж у торгівлі та принципи їх формування. Принципи формування підприємницьких мереж. Класифікація підприємницьких мереж у торгівлі.

Тема 2. Торговельні мережі: суть, класифікація і тенденції розвитку

Суть, та класифікація торговельних мереж. Атрибутивні ознаки торговельних мереж. Класифікація торговельних мереж. Характерні ознаки корпорації.

Конкурентні переваги корпоративних торговельних мереж. Компоненти, які визначають конкурентні переваги корпоративних торговельних мереж. Передумови розвитку торговельних мереж в Україні. Передумови наднаціонального рівня прояву. Передумови національного рівня прояву. Основні етапи формування торговельних мереж у розвинутих країнах світу. Характеристика етапів розвитку європейського ринку роздрібної торгівлі ХХ ст. Сучасні тенденції ринку роздрібної торгівлі країн ЄС.

Тенденції і перспективи розвитку торговельних мереж. Характеристика етапів розвитку українського ринку роздрібної торгівлі у ХХ-ХХІ ст. Напрями розвитку ринку мережевої роздрібної торгівлі України. Стратегічні орієнтири подальшого розвитку роздрібної торгівлі в Україні.

Тема 3. Стратегічні засади формування торговельних мереж

Суть та види стратегій формування торговельних мереж. Основні напрями розвитку корпоративних торговельних мереж. Напрями розширення присутності торговельних мереж на ринку. Стратегії розвитку компанії (портфеля): стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту, стратегія освоєння нового ринку, стратегія диверсифікації.

Методичні засади розробки стратегії формування торговельних мереж. Послідовність розробки стратегії формування корпоративних торговельних мереж. Процедура контролю компетентності персоналу і дотримання стандартів обслуговування у магазинах. Диверсифікація діяльності торговельних мереж: суть, форми, мотиви та ризики здійснення.

Методика обґрунтування стратегічних зон господарювання. Розробка проекту виходу торговельної мережі на міжнародний ринок. Види торговельних мереж за участю у зовнішній експансії. Основні етапи процесу

проведення аналізу привабливості міжнародних товарних ринків. Методика оцінювання ефективності функціонування корпоративних торговельних мереж та її об'єктів. Система показників оцінки результативності функціонування торговельних мереж.

Тема 4. Управління функціонуванням торговельних мереж

Організаційні моделі функціонування торговельних мереж. Організаційні структури управління торговельними мережами. Фактори впливу на побудову організаційної структури мережевого роздрібного торговельного оператора. Основні функції організаційної структури мережевої торговельної компанії. Основні процеси операційної діяльності торговельної мережі. Розробка форматів магазинів торговельної мережі. Методика прийняття рішення про вибір місця розміщення об'єктів торговельної мережі. Процедура дослідження потенційного місця розташування магазину. Асортиментна політика торговельної мережі. Стратегії і тактика ціноутворення в торговельних мережах. Управління об'єктами нерухомості в торговельній мережі. Принципи, пов'язані з експлуатацією об'єкта. Принципи, пов'язані із ринковим середовищем. Підходи до оцінки об'єктів нерухомості.

Тема 5. Власні торговельні марки

Суть та класифікація власних торговельних марок. Класифікація власних торговельних марок за співвідношенням «ціна / якість». Основні переваги, ризики та фактори успіху власних торговельних марок. Основні етапи організації роботи торговельної мережі з власними торговельними марками. Класифікація власних торгових марок за їх роллю в марочному портфелі торговельної мережі. Класифікація власних торгових марок за роллю в товарній пропозиції роздрібного торговця. Модель структурного аналізу марочного портфеля Д. Аакера. Стратегії позиціонування власних торговельних марок. Управління портфелем власних торговельних марок мережевої структури.

Тема 6. Категорійний менеджмент у корпоративній торговельній мережі

Поняття, цілі, завдання, принципи, переваги та недоліки категорійного менеджменту. Суть та види товарних категорій. Асортиментні лінії. Види категорій та їх роль в асортименті магазину. Суть, мета і завдання категорійної політики. Роль категорій у процесі закупівлі товарів. Робота категорійного менеджера: етапи, операції та функції.

Тема 7. Управління товаропостачанням торговельної мережі

Цілі, завдання та принципи організації товаропостачання торговельної мережі. Логістичні пріоритети торговельних мереж. Процес проектування системи товаропостачання торговельної мережі. Закони проектування системи товаропостачання торговельної мережі. Цільові функції й основні обмеження логістичних стратегій залежно від типу магазину. Автоматизовані системи

управління товаропостачанням торговельної мережі. Організація взаємодії торговельної мережі з постачальниками. Типи взаємодії постачальників з торговельними мережами. Методика розрахунку складових потенціалу товаропостачання торговельної мережі. Суть розподільчих центрів, їх види та переваги створення. Порівняльні особливості організації розподільчого центру на засадах оренди та аутсорсингу. Технології автоматизованого управління розподільчим центром. Основні підходи до організації товароруху у торговельній мережі. Аутсорсинг товароруху у торговельній мережі.

Тема 8. Франчайзингові торговельні мережі

Суть, види, типи, переваги, недоліки та нормативно-правова основа франчайзингу. Суть та класифікація франчайзингових торговельних мереж. Основні етапи формування франчайзингової торговельної мережі. Компоненти формування франчайзингової торговельної мережі. Управління взаємовідносинами між суб'єктами у франчайзинговій торговельній мережі. Моделі управління процесом товаропостачання франчайзингової роздрібною торговельною мережі. Методика оцінювання ефективності функціонування франчайзингових торговельних мереж.

Тема 9. Торговельні центри та їх мережі

Суть, класифікація торговельних центрів та їх мереж. Девелопмент на ринку торговельних центрів. Основні етапи розробки та реалізації проекту девелопменту. Маркетингові цілі і завдання управління на різних етапах життєвого циклу торговельного центру. Управління функціонування торговельних центрів та їх мереж. Оцінювання ефективності функціонування торговельних центрів. Система показників КРІ торговельного центру.

Тема 10. Добровільні об'єднання у торгівлі

Види добровільних об'єднань у торгівлі та принципи їх формування. Організація закупівельного союзу. Управління розвитком закупівельного союзу. Зарубіжний досвід функціонування закупівельного союзу в країнах Європи. Суть, класифікація і мотиви створення стратегічних альянсів у торгівлі.

Структура освітнього компоненту

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год.
1	2	3
<p>Знати основні тенденції розвитку підприємницьких мереж у торгівлі; Розуміти класифікаційні ознаки підприємницьких мереж у торгівлі.</p>	<p>Тема 1. Підприємницькі об'єднання у світовій економіці Лекція № 1 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> Глобалізаційні тренди світової економіки та їх вплив на торгівлю. Системний підхід до розгляду підприємницьких мереж у торгівлі. Суть та види підприємницьких мереж. 	2
	<p>Лекція № 2 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> Принципи формування підприємницьких мереж. Класифікація підприємницьких мереж у торгівлі. Форми відносин з конкурентами. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-3. Додаткові: 4-6. Інтернет-ресурси: 7-21.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції. Підготовка до практичного заняття № 1. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Основні риси глобалізації економіки. Ключові процеси глобалізації та її наслідки. Фактори впливу і тенденції розвитку роздрібно торгівлі в умовах глобалізації. Системний підхід до розгляду підприємницьких мереж у торгівлі. Визначальні аспекти системного підходу. 	10
	<p>Практичне заняття № 1</p> <ol style="list-style-type: none"> Вивчити основні тенденції розвитку підприємницьких мереж у торгівлі. Вивчити класифікаційні ознаки підприємницьких мереж у торгівлі. Тестування з теми. 	2
<p>Характеризувати досвід розвитку світових торговельних мереж; пропонувати напрями розвитку ринку мережевої роздрібно торгівлі в Україні</p>	<p>Тема 2. Торговельні мережі: суть, класифікація і тенденції розвитку Лекція № 3 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> Суть і класифікація торговельних мереж. Конкурентні переваги корпоративних торговельних мереж. Передумови розвитку торговельних мереж в Україні. 	2

	<p>Лекція № 4 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні етапи формування торговельних мереж у розвинутих країнах світу. 2. Тенденції та перспективи розвитку торговельних мереж в Україні. 3. Стратегічні орієнтири подальшого розвитку роздрібно торгівлі в Україні. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 2. Додаткові: 4. Інтернет-ресурси: 7, 10, 13, 16.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 2, 3. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика етапів розвитку українського ринку роздрібно торгівлі у ХХ-ХХІ ст. 2. Напрями розвитку ринку мережевої роздрібно торгівлі України. 	9
	<p>Практичне заняття № 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити еволюцію розвитку торговельних мереж. 2. Вивчити досвід розвитку світових торговельних мереж. 3. Тестування з теми. 	2
	<p>Практичне заняття № 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити перспективну стратегічну зону діяльності підприємства торгівлі 2. Вивчити напрями розвитку ринку мережевої роздрібно торгівлі в Україні. 3. Тестування з теми. 	2
<p>Розуміти алгоритм розробки стратегії формування корпоративних торговельних мереж; знати процедуру контролю компетентності персоналу і дотримання стандартів обслуговування у магазинах; оцінювати ефективність функціонування корпоративних торговельних мереж.</p>	<p>Тема 3. Стратегічні засади формування торговельних мереж Лекція № 6 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та види стратегій формування торговельних мереж. 2. Методичні засади розробки стратегії формування торговельних мереж. 3. Диверсифікація діяльності торговельних мереж: суть, форми, мотиви та ризики здійснення. 	2
	<p>Лекція № 7 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методика обґрунтування стратегічних зон господарювання. 2. Розробка проєкту виходу торговельної мережі на міжнародний ринок. 3. Методика оцінювання ефективності функціонування корпоративних торговельних мереж та її об'єктів. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 2. Додаткові: 4. Інтернет-ресурси: 7, 10, 13, 16.</p>	2

	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 4, 5. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i> 1. Послідовність розробки стратегії формування корпоративних торговельних мереж. 2. Процедура контролю компетентності персоналу і дотримання стандартів обслуговування у магазинах. 3. Напрями розширення присутності торговельних мереж на ринку. 4. Стратегії розвитку компанії (портфеля): стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту, стратегія освоєння нового ринку, стратегія диверсифікації.</p>	8
	<p>Практичне заняття № 4 1. Вивчити алгоритм розробки стратегії формування корпоративних торговельних мереж. 2. Вивчити процедуру контролю компетентності персоналу і дотримання стандартів обслуговування у магазинах. 3. Тестування з теми.</p>	2
	<p>Практичне заняття № 5 1. Визначити складові елементи процесу проведення аналізу привабливості міжнародних товарних ринків. 2. Вивчити методику оцінювання ефективності функціонування корпоративних торговельних мереж. 3. Тестування з теми.</p>	2
<p>Оцінювати об'єкти нерухомості торговельних мереж; приймати рішення про вибір місця розміщення об'єктів торговельної мережі</p>	<p>Тема 4. Управління функціонуванням торговельних мереж Лекція № 8 План лекції 1. Організаційні моделі функціонування торговельних мереж. 2. Організаційні структури управління торговельними мережами. 3. Основні процеси операційної діяльності торговельної мережі. 4. Розробка форматів магазинів торговельної мережі.</p>	2
	<p>Лекція № 9 План лекції 1. Методика прийняття рішення про вибір місця розміщення об'єктів торговельної мережі. 2. Асортиментна політика торговельної мережі. 3. Стратегії і тактика ціноутворення в торговельних мережах. 4. Управління об'єктами нерухомості в торговельній мережі. Рекомендовані джерела: Основні: 1-2. Додаткові: 4. Інтернет-ресурси: 7, 9, 10, 13, 16.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 6, 7.</p>	9

	<p><i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фактори впливу на побудову організаційної структури мережевого роздрібного торговельного оператора. 2. Основні функції організаційної структури мережевої торговельної компанії. 3. Процедура дослідження потенційного місця розташування магазину. 4. Принципи, пов'язані з експлуатацією об'єкта. 5. Принципи, пов'язані із ринковим середовищем. 6. Підходи до оцінки об'єктів нерухомості. 	
	<p>Практичне заняття № 6</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити досвід організації маркетингової діяльності відомих зарубіжних корпоративних торговельних мереж на зовнішніх ринках. 2. Ознайомитись з відмінностями у системі взаємозв'язків між підрозділами за масштабами діяльності торговельних мереж. 3. Тестування з теми. 	2
	<p>Практичне заняття № 7</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити підходи до оцінки об'єктів нерухомості. 2. Ситуаційні вправи. 3. Тестування з теми. 	2
<p>Розробляти формати торговельних мереж; класифікувати торговельні марки; розраховувати індекс насичення роздрібної торговельної мережі</p>	<p>Тема 5. Власні торговельні марки Лекція № 10</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та класифікація власних торговельних марок. 2. Основні переваги, ризики та фактори успіху власних торговельних марок. 3. Основні етапи організації роботи торговельної мережі з власними торговельними марками. 	2
	<p>Лекція № 11 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегії позиціонування власних торговельних марок. 2. Управління портфелем власних торговельних марок мережевої структури. 3. Класифікація власних торгових марок за роллю в товарній пропозиції роздрібного торговця. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-2. Додаткові: 4-6. Інтернет-ресурси: 7, 9, 10, 13, 16.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 8, 9.</p> <p><i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Класифікація власних торгових марок за їх роллю в марочному портфелі торговельної мережі. 2. Модель структурного аналізу марочного портфеля Д. Аакера. 	9
	<p>Практичне заняття № 8</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити особливості розробки форматів магазинів торговельної мережі. 	2

	<p>2. Вивчити класифікацію власних торговельних марок за їх роллю в марочному портфелі торговельної мережі.</p> <p>3. Тестування з теми.</p>	
	<p>Практичне заняття № 9</p> <p>1. Вивчити класифікацію власних торговельних марок за їх роллю в товарній пропозиції роздрібного торговця.</p> <p>2. Ситуаційна задача щодо розрахунку індексу насичення роздрібною торговельною мережі та визначити найбільш привабливе місто для роздрібною компанії.</p> <p>3. Тестування з теми.</p>	2
<p>Знати принципи категорійного менеджменту; розрізняти види категорій та з'ясувати їх роль в асортименті магазину.</p>	<p>Тема 6. Категорійний менеджмент у корпоративній торговельній мережі</p> <p>Лекція № 12</p> <p>План лекції</p> <p>1. Поняття, цілі, завдання, принципи, переваги та недоліки категорійного менеджменту.</p> <p>2. Суть та види товарних категорій.</p> <p>3. Суть, мета і завдання категорійної політики.</p> <p>4. Робота категорійного менеджера: етапи, операції та функції.</p> <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-2. Додаткові: 4-6. Інтернет-ресурси: 7-12.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів</p> <p>Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 10, 11.</p> <p><i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <p>1. Роль категорій у процесі закупівлі товарів.</p> <p>2. Асортиментні лінії.</p>	10
	<p>Практичне заняття № 10</p> <p>1. Вивчити принципи категорійного менеджменту.</p> <p>2. Вивчити види категорій та з'ясувати їх роль в асортименті магазину.</p> <p>3. Тестування з теми.</p>	2
	<p>Практичне заняття № 11</p> <p>1. Вивчити етапи роботи категорійного менеджера.</p> <p>2. Вирішення ситуаційної задачі.</p> <p>3. Тестування з теми.</p>	2
<p>Розуміти етапи підготовки постачальника до входу в торговельну мережу; знати складові елементи потенціалу товаропостачання торговельної мережі.</p>	<p>Тема 7. Управління товаропостачанням торговельної мережі</p> <p>Лекція № 14</p> <p>План лекції</p> <p>1. Цілі, завдання та принципи організації товаропостачання торговельної мережі.</p> <p>2. Процес проектування системи товаропостачання торговельної мережі.</p> <p>3. Автоматизовані системи товаропостачання торговельної мережі.</p> <p>4. Організація взаємодії торговельної мережі з постачальниками.</p>	2

	<p>Лекція № 15 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть розподільчих центрів, їх види та переваги створення. 2. Технології автоматизованого управління розподільчим центром. 3. Основні підходи до організації товароруку у торговельній мережі. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-2. Додаткові: 4-6. Інтернет-ресурси: 7-21.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 12, 13. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типи взаємодії постачальників з торговельними мережами. 2. Методика розрахунку складових потенціалу товаропостачання торговельної мережі. 3. Порівняльні особливості організації розподільчого центру на засадах оренди та аутсорсингу. 4. Аутсорсинг товароруку у торговельній мережі. 	8
	<p>Практичне заняття № 12</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити етапи підготовки постачальника до входу в торговельну мережу. 2. Вивчити типи взаємодій постачальників з торговельними мережами. 3. Тестування з теми. 	2
	<p>Практичне заняття № 13</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити складові елементи потенціалу товаропостачання торговельної мережі. 2. Вивчити методику розрахунку складових потенціалу товаропостачання торговельної мережі. 3. Тестування з теми. 	2
<p>Працювати з методикою оцінювання ефективності функціонування франчайзингових торговельних мереж; знати структуру франчайзингового договору.</p>	<p>Тема 8. Франчайзингові торговельні мережі Лекція № 16 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть, види, типи, переваги та недоліки франчайзингу. 2. Суть та класифікація франчайзингових торговельних мереж. 3. Основні етапи формування франчайзингової торговельної мережі. 	2

	<p>Лекція № 17 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Управління взаємовідносинами між суб'єктами у франчайзинговій торговельній мережі. 2. Моделі управління процесом товаропостачання франчайзингової роздрібною торговельною мережі. 3. Методика оцінювання ефективності функціонування франчайзингових торговельних мереж. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-2. Додаткові: 5. Інтернет-ресурси: 7-21.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 14, 15. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Компоненти формування франчайзингової торговельної мережі. 2. Нормативно-правова основа франчайзингу. 	9
	<p>Практичне заняття № 14</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомитись з методикою оцінювання ефективності функціонування франчайзингових торговельних мереж. 2. Вирішити ситуаційну вправу. 3. Тестування з теми. 	2
	<p>Практичне заняття № 15</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчити структуру франчайзингового договору. 2. Ознайомитись з обов'язками франчайзера та франчайзі при укладанні договору. 3. Тестування з теми. 	2
Оцінювати ефективність функціонування торговельних центрів;	<p>Тема 9. Торговельні центри та їх мережі Лекція № 16 План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть, класифікація торговельних центрів та їх мереж. 2. Девелопмент на ринку торговельних центрів. 3. Управління функціонуванням торговельних центрів та їх мереж. 4. Оцінювання ефективності функціонування торговельних центрів. <p>Рекомендовані джерела: Основні: 1-3. Додаткові: 4-6. Інтернет-ресурси: 7-21.</p>	2
	<p>Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 16. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Система показників КРІ торговельного центру. 2. Маркетингові цілі і завдання управління на різних етапах життєвого циклу торговельного центру. 	9

	Практичне заняття № 16 1. Вивчити основні етапи розробки та реалізації проєкту девелопменту. 2. Вивчити умови розвитку торговельних центрів та їх мереж в Україні. 3. Тестування з теми.	2
Розробляти проєкти створення стратегічного альянсу; знати види добровільних об'єднань у торгівлі.	Тема 10. Добровільні об'єднання у торгівлі Лекція № 17 План лекції 1. Види добровільних об'єднань у торгівлі та принципи їх формування. 2. Організація закупівельного союзу. 3. Суть, класифікація і мотиви створення стратегічних альянсів у торгівлі. Рекомендовані джерела: Основні: 1-3. Додаткові: 4-6. Інтернет-ресурси: 7-21.	2
	Самостійна робота здобувачів Вивчення та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичних занять № 17. <i>Питання, які виносяться на СРЗ:</i> 1. Управління розвитком закупівельного союзу. 2. Зарубіжний досвід функціонування закупівельного союзу в країнах Європи.	7
	Практичне заняття № 17 1. Вивчити порядок розробки проєкту створення стратегічного альянсу. 2. Тестування з теми.	2
Індивідуальне завдання	участь у наукових заходах: опублікування тез на конференції; виступ на конференції з доповіддю	24
ВСЬОГО:		180/6

III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Одарченко Д.М., Сподар К.В., Карбівнича Т.В., Соколова Є.Б. Торговельні мережі. навч. посібн. Харків : ХДУХТ, 2019. С. 113.
2. Кавун-Мошковська О.О. Торговельні мережі : підруч. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 480 с.
3. Балджи М.Д., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.

Додаткові:

4. Ус А. Торговельні мережі України: вплив пандемії Sars-CoV-2. *Товари і ринки*. 2022. № 1. С. 46-55.
5. Кузьмін О. Є. Франчайзинг: навч. посіб. Київ : Знання. 2018. 546 с.
6. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навч. посіб. Київ: Кондор, 2017. 112 с.

Інтернет-ресурси:

7. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. Наукова періодика. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN
8. Роздрібна торгівля в Україні і світі. URL: <http://www.proretail.com.ua/>
9. Асоціація «Дистриб'ютори України». URL: <http://www.adu.com.ua>
10. Микитенко Н.В. Категорійний менеджмент в системі 3D: теоретичні та практичні аспекти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2020. № 16 (44). URL: file:///C:/Users/Vitaliy/Downloads/nataliakrushynska,+012_%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE+%D0%9D%D0%B5%D0%BB%D1%8F_74-80.pdf
11. Микитюк Н.Є. Впровадження категорійного менеджменту підприємствами FMCG-ринку: сутність концепції та практичні рекомендації. Причорноморські економічні студії. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 40. С. 139-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_40_27.
12. Білявська Ю.В. Дослідження категорійного менеджменту в сегменті ринку ДІУ. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2020. Т. 25, Вип. 1. С. 101-105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2020_25_1_18
13. Микитенко Н. Товарні категорії в системі управління торговельним процесом. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/05/7.pdf>
14. Моторнюк У.І., Стельмах І.В. Проблеми та переваги впровадження категорійного управління на вітчизняних підприємствах. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 2 (6). С. 82-90. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/smeu/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-2-2021/problemu-ta-perevagy-vprovadzhennya-kategoriynogo-upravlinnya>.

15. Охріменко І.В. Аналіз якості обслуговування споживачів на підприємствах роздрібної торгівлі на прикладі мереж «АТБ» та «Сільпо». Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2022. № 13. С. 21-27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2022_13_5.
16. Романченко Т.В., Савченко А.М. Розвиток торговельних мереж парфумерно-косметичних товарів в Україні. Бізнес-навігатор. 2021. Вип. 16. С. 89-95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2021_4_17.
17. Ушакова М.В. Особливості формування фінансових ресурсів у торговельних мережах. Економічний простір. 2021. № 173. С. 36-40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2021_173_8.
18. Гевко В.Л. Моніторинг мережевих відносин в системі вітчизняної торгівлі: проблемні аспекти та основні вектори розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 6(1). С. 268-271. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_6\(1\)_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_6(1)_51).
19. Якубів Р.Д. Особливості управлінням розвитком персоналу роздрібних торговельних мереж в умовах економічної глобалізації. Регіональна економіка. 2019. № 4. С. 137-143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2019_4_15.
20. Вербицька Л.Ф. Психологічні особливості механізму кадрового забезпечення торговельної французької мережі підприємства «Ашан». Молодий вчений. 2020. № 4(2). С. 488-491. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_4\(2\)_61](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_4(2)_61).
21. Алданькова Г. В. Цифрові інструменти маркетингових комунікацій торговельних мереж. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 55(1). С. 62-70. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_55\(1\)_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2020_55(1)_12).