

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

_____ Соколюк С.Ю.

“30” _____ серпня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
УПРАВЛІННЯ ОПТОВОЮ І РОЗДРІБНОЮ ТОРГІВЛЕЮ

Освітній рівень: Другий (магістерський) рівень вищої освіти

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма: «Аграрне підприємництво та агротрейдинг»

Факультет: Економіки і підприємництва

Умань – 2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління оптовою і роздрібною торгівлею» для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». - Умань, Уманський НУС, 2022 року – 23с.

Розробники: к.е.н., доцент Непочатенко О.А. _____

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Протокол № 2 від “30” серпня 2022 року

Завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності:

_____ (Соколюк С.Ю.)

(підпис)

“30” серпня 2022 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва_

Протокол № 2 від “30” серпня 2022 року

Голова _____ (Смолій Л.В.)

(підпис)

« ____ » _____ 2022 року

© УНУС, 2022 рік

© О.А. Непочатенко, 2022 рік

1. Опис навчальної дисципліни

| | | | |
|---|---|--|-----------------------|
| Найменування показників | Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни | |
| | | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів ECTS – 6 | Галузь знань 07 Управління та адміністрування | Нормативна (обов'язкова) | |
| | | | |
| Модулів -1 | Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність | Рік підготовки: | |
| Змістових модулів -4 | | 1-й | 1-й |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання | | Семестр | |
| Загальна кількість годин -180 | | 2-й | 2-й |
| | | Лекції | |
| Тижневих годин для денної форми навчання: 4 аудиторних - 4 самостійної роботи студента – 18 | Освітній рівень: другий (магістерський) Освітня програма: «Аграрне підприємництво та агротрейдинг» | 30 год. | 8 год. |
| | | Практичні, семінарські | |
| | | 28 год. | 4 год. |
| | | Лабораторні | |
| | | год. | год. |
| | | Самостійна робота | |
| | | 92 год. | 138 год. |
| | | Індивідуальні завдання: курсова робота – 30 год | |

| | | |
|--|--|---------------------|
| | | Вид контролю: іспит |
|--|--|---------------------|

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу (інтегральна компетентність): формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про управління торгових процесів і їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності підприємств.

Завдання:

- забезпечення теоретичної підготовки з управління торгівлею майбутніх фахівців товарознавства і біржової діяльності;
- вивчення основних понять, логістичних систем в організації товароруху;
- вивчення та освоєння змісту технологічних операцій в роздрібній і оптовій торгівлі і уміння в удосконалення з метою підвищення ефективності роботи торговельних підприємств;
- формування творчого потенціалу і його використання в пошуку резервів зростання доходів і скорочення витрат в організації товароруху;
- формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення комерційної діяльності підприємства.

Компетентності:

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

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності

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

Програмні результати навчання:

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

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

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

11. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1.

Змістовний модуль 1. Поняття, склад і структура суб'єктів системи роздрібної торгівлі

Тема 1. Поняття управління торгівлею. види роздрібних торговців та їх характеристика

Виникнення та еволюція поняття “торгівлі”. Комплексна характеристика сутності підприємництва та його значення в сучасних умовах. Основні властивості торгівлі. Торгівля як явище і як процес. Принципи підприємницької діяльності. Функції підприємництва.

Тема 2. Фази і порядок створення роздрібного торговельного підприємства

Організації безпосередньої діяльності роздрібного торговця з ведення роздрібної реалізації та обслуговування покупців передують процес його створення. Створення роздрібного торговельного підприємства (його філії, торговельної одиниці) проводиться відповідно до чинного законодавства України в частині регулювання підприємницької діяльності у сфері комерції.

Тема 3. Управлінська побудова роздрібних торговців

Численність, різноспеціалізованість і відмінності в масштабах діяльності породжують помітну поліваріантність організаційної побудови роздрібних торговців на споживчому ринку.

Змістовний модуль 2. Управління і розвиток роздрібної торговельної мережі

Тема 4. Суть, принципи і завдання управління роздрібною мережею

Роздрібна реалізація товарів і послуг відбувається в мережі найрізноманітніших за видом, типом, форматом, організаційно-правовою формою роздрібних торговців. Справді, в організаційному плані будь-який суб'єкт роздрібної торгівлі з числа продавців за своїм змістом є роздрібним торговцем. Незважаючи на певні відмінності між окремими класами і групами роздрібних торговців, за територіальною ознакою вони об'єднуються в локальну, регіональну, національну роздрібну торговельну мережу.

Тема 5. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців

Основні принципи організації роботи роздрібних торговців дозволяють поділяти їх на роздрібних, дрібно-роздрібних і віртуальних. У складі мережі підприємств роздрібною торгівлі власне роздрібну її частину становлять магазини і палатки, тоді як до дрібно-роздрібною частини торговельної мережі належать кіоски, ятки, автомати, пункти пересувної торгівлі, нестационарні торгові одиниці тощо.

Тема 6. Концентрація і спеціалізація роздрібною мережі

На організацію роздрібною торговельною мережі значно впливають процеси концентрації і спеціалізації роздрібних торговців, багато в чому визначаючи кількісний і якісний стан цієї мережі.

Тема 7. Територіальне розміщення роздрібною мережі

Основні підходи до розміщення вітчизняною мережі роздрібних торговців. Правильно здійснений вибір місця розташування торговельного підприємства забезпечує йому вагому тривалу конкурентну перевагу стосовно до інших суб'єктів торговельного середовища.

Змістовний модуль 3. Формування асортименту та управління ним у магазині

Тема 8. Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібною підприємствах

Для того щоб виробництво товарів розвивалося відповідно до потреб суспільства, необхідна тісна взаємодія торгівлі з промисловістю і планування виробництва товарів на основі систематичного, всебічного вивчення й прогнозування попиту населення.

Тема 9. Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту

Поняття і класифікація асортименту товарів. Стабільність роздрібною торгівлі визначається раціональністю, повнотою і стійкістю асортименту товарів. Від складу й оновлення асортименту безпосередньо залежать зростання товарообігу і швидкість реалізації товарів.

Принципи формування асортименту. Удосконалення організації торговельного обслуговування населення і підвищення економічної ефективності підприємств роздрібною торгівлі багато в чому залежать від правильного формування асортименту товарів у магазинах.

Змістовний модуль 4. Управління оптовою торгівлею

Тема 10. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності

Товарний характер розширеного суспільного відтворення обумовлює об'єктивну необхідність існування товарного ринку — місця і сфери здійснення обміну ново-виготовленого товару, оцінки його вартості.

Тема 11. Суть і завдання оптової торгівлі — основного складового елементу оптового ринку

Оптова торгівля поряд з іншими учасниками товарного ринку бере активну участь у формуванні системи господарських зв'язків, організації і проведенні різноманітних комерційних операцій і обладок. Водночас вона має деякі внутрішні особливості і відмінності, що дозволяють кваліфікувати її в окрему підгалузь галузі торгівлі.

Тема 12. Структура та інфраструктура оптової торгівлі

В умовах розвитку ринкових відносин відбувається реформування організаційної побудови оптової торгівлі. Якщо раніше в рамках двох соціальних форм торгівлі — державної і кооперативної — вона була практично незмінною, плановою, то сьогодні організаційна побудова цієї підгалузі торгівлі динамічно розвивається як сукупність структурних і інфраструктурних елементів.

Тема 13. Види оптових підприємств та їх класифікація

Поняття оптового торговельного підприємства. Основним суб'єктом підгалузі гуртової торгівлі є оптове підприємство. Як і решта торговельних підприємств, оптове функціонує на засадах організаційно-правової та господарської самостійності, вільного вибору власної товарної спеціалізації, асортиментного профілю, контингенту контрагентів.

Тема 14. Структура і побудова апарату оптового підприємства

Структурна побудова оптового торговельного підприємства. У практиці оптової торгівлі на сьогодні немає уніфікованої структурної побудови апарату оптового торговельного підприємства. У ринкових умовах господарювання вона формується самостійно власниками такого підприємства виходячи з перспективних обсягів оптового обороту, функціональної зони діяльності, наявності складського господарства, товарної і функціональної спеціалізації та інших факторів.

Змістовний модуль 5. Управління оптовим продажем товарів

Тема 15. Форми оптового продажу і види оптового обороту

Суть оптового продажу. Оптовий продаж товарів здійснюють оптові торгові підприємства, а також виробничі підприємства, які реалізують свою продукцію оптовим і роздрібним торговельним підприємствам і організаціям на основі укладених між ними договорів.

Тема 16. Управління продажем товарів зі складу

Методи оптового продажу. Невеликі розміри обігу більшості роздрібних підприємств, їх розміщення далеко від промислових підприємств, що випускають товари народного споживання, обумовлюють необхідність організації постачання їх переважно зі складів оптових баз.

Тема 17. Організація транзитної поставки товарів

Види транзитного обігу. Оптові бази організують постачання товарів не тільки через склади, але й транзитом, тобто безпосередньо від виготовлювачів чи оптового постачальника.

Тема 18. Активізація і стимулювання оптового продажу товарів

Активізація оптового продажу. В умовах безупинного зростання виробництва товарів, підвищення вимог до їх асортименту і якості з боку покупців, загострення конкуренції на оптовому ринку від оптових підприємств вимагають відмови від старих методів механічного розподілу товарів по торгових організаціях і уміння по-справжньому торгувати.

4. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|--------------|----------|---------|---------|-----------|--------------|--------------|----------|---------|---------|-----------|
| | денна форма | | | | | | заочна форма | | | | | |
| | усього | у тому числі | | | | | усього | у тому числі | | | | |
| | | л | п | ла б | ін д | с.р. с | | л | п | ла б | ін д | с.р. с |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Змістовний модуль 1. Поняття, склад і структура суб'єктів системи роздрібної торгівлі | | | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Поняття управління торгівлею. види роздрібних торговців та їх характеристика | 10 | 2 | 2 | | | 6 | 10 | 1 | | | | 9 |
| Тема 2. Фази і порядок створення роздрібного торговельного підприємства Запрошений лектор: керівник ФОП Масловатий С.О.* | 10 | 2 | 2 | | | 6 | 10 | 1 | | | | 9 |
| Тема 3. Управлінська побудова роздрібних торговців | 10 | 2 | 2 | | | 6 | 9 | | | | | 9 |
| Разом за змістовним модулем 1 | 30 | 6 | 6 | | | 18 | 29 | 2 | | | | 27 |
| Змістовний модуль 2. Управління і розвиток роздрібної торговельної мережі | | | | | | | | | | | | |
| Тема 4. Суть, принципи і завдання управління роздрібною мережею | 11 | 2 | 2 | | | 7 | 9 | | | | | 9 |
| Тема 5. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців | 9 | 1 | 1 | | | 7 | 11 | 1 | 1 | | | 9 |
| Тема 6. Концентрація і спеціалізація роздрібної мережі | 9 | 1 | 1 | | | 7 | 11 | 1 | 1 | | | 9 |
| Тема 7. Територіальне розміщення роздрібної мережі | 10 | 2 | 2 | | | 6 | 9 | | | | | 9 |
| Разом за змістовним модулем 2 | 39 | 6 | 6 | | | 27 | 40 | 2 | 2 | | | 36 |

| Змістовний модуль 3. Формування асортименту та управління ним у магазині | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|----------|----------|--|--|-----------|-----------|----------|----------|--|--|-----------|
| Тема 8. Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах | 11 | 2 | 2 | | | 7 | 8 | | | | | 8 |
| Тема 9. Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту | 11 | 2 | 2 | | | 7 | 8 | | | | | 8 |
| Разом за змістовним модулем 3 | 22 | 4 | 4 | | | 14 | 16 | | | | | 16 |
| Змістовний модуль 4. Управління оптовою торгівлею | | | | | | | | | | | | |
| Тема 10. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності | 9 | 1 | 1 | | | 7 | 10 | 1 | | | | 9 |
| Тема 11. Суть і завдання оптової торгівлі — основного складового елемента оптового ринку | 9 | 1 | 1 | | | 7 | 9 | | | | | 9 |
| Тема 12. Структура та інфраструктура оптової торгівлі | 9 | 1 | 1 | | | 7 | 11 | 1 | 1 | | | 9 |
| Тема 13. Види оптових підприємств та їх класифікація | 9 | 1 | 1 | | | 7 | 9 | | | | | 9 |
| Тема 14. Структура і побудова апарату оптового підприємства | 11 | 2 | 2 | | | 7 | 11 | 1 | 1 | | | 9 |
| Разом за змістовним модулем 4 | 47 | 6 | 6 | | | 35 | 50 | 3 | 2 | | | 45 |
| Змістовний модуль 5. Управління оптовим продажем товарів | | | | | | | | | | | | |
| Тема 15. Форми оптового продажу і види оптового обороту | 11 | 2 | 2 | | | 7 | 11 | | | | | 11 |
| Тема 16. Управління продажем товарів зі складу | 11 | 2 | 2 | | | 7 | 11 | | | | | 11 |
| Тема 17. Організація транзитної поставки товарів | 10 | 2 | 1 | | | 7 | 11 | | | | | 11 |
| Тема 18. Активізація і стимулювання оптового продажу товарів | 10 | 2 | 1 | | | 7 | 12 | 1 | | | | 11 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----|----|----|--|--|----|-----|---|---|--|--|-----|
| Разом за змістовним модулем 5 | 42 | 8 | 6 | | | 28 | 45 | 1 | | | | 44 |
| Курсова робота | | | | | | 30 | | | | | | 30 |
| Усього годин | 180 | 30 | 28 | | | 92 | 180 | 8 | 4 | | | 138 |

*залучений представник роботодавця для спільного проведення аудиторних занять

5. Теми практичних занять

| N з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|---|-----------------|-----|
| | | ДФН | ЗФН |
| 1 | Управлінська побудова роздрібних торговців | 2 | |
| 2 | Суть, принципи і завдання управління роздрібною мережею | 2 | |
| 3 | Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту | 2 | |
| 4 | Суть і завдання оптової торгівлі — основного складового елементу оптового ринку | 1 | |
| 5 | Форми оптового продажу і види оптового обороту | 2 | |
| 6 | Управління продажем товарів зі складу | 2 | |
| | Всього | 11 | |

6. Теми семінарських занять

| N з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|---|-----------------|-----|
| | | ДФН | ЗФН |
| 1 | Поняття управління торгівлею. види роздрібних торговців та їх характеристика | 2 | |
| 2 | Фази і порядок створення роздрібно-торговельного підприємства | 2 | |
| 3 | Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців | 1 | 1 |
| 4 | Концентрація і спеціалізація роздрібно-торговельної мережі | 1 | 1 |
| 5 | Територіальне розміщення роздрібно-торговельної мережі | 2 | |
| 6 | Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібно-торговельних підприємствах | 2 | |
| 7 | Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності | 1 | |
| 8 | Структура та інфраструктура оптової торгівлі | 1 | 1 |

| | | | |
|----|---|-----------|----------|
| | | | |
| 9 | Види оптових підприємств та їх класифікація | 1 | |
| 10 | Структура і побудова апарату оптового підприємства | 2 | 1 |
| 11 | Організація транзитної поставки товарів | 1 | |
| 12 | Активізація і стимулювання оптового продажу товарів | 1 | |
| | Всього | 17 | 4 |

7. Самостійна робота

| N з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|---|-----------------|-----|
| | | ДФН | ЗФН |
| 1 | Поняття управління торгівлею. види роздрібних торговців та їх характеристика | 5 | 7 |
| 2 | Фази і порядок створення роздрібно-торговельного підприємства | 5 | 7 |
| 3 | Управлінська побудова роздрібних торговців | 5 | 7 |
| 4 | Суть, принципи і завдання управління роздрібною мережею | 6 | 7 |
| 5 | Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців | 6 | 7 |
| 6 | Концентрація і спеціалізація роздрібно-торговельної мережі | 5 | 7 |
| 7 | Територіальне розміщення роздрібно-торговельної мережі | 5 | 8 |
| 8 | Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібно-торговельних підприємствах | 5 | 8 |
| 9 | Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту | 5 | 8 |
| 10 | Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності | 5 | 8 |
| 11 | Суть і завдання оптової торгівлі — основного складового елемента оптового ринку | 5 | 8 |
| 12 | Структура та інфраструктура оптової торгівлі | 5 | 8 |
| 13 | Види оптових підприємств та їх класифікація | 5 | 8 |
| 14 | Структура і побудова апарату оптового підприємства | 5 | 8 |
| 15 | Форми оптового продажу і види оптового обороту | 5 | 8 |
| 16 | Управління продажем товарів зі складу | 5 | 8 |
| 17 | Організація транзитної поставки товарів | 5 | 8 |

| | | | |
|----|---|-----------|------------|
| 18 | Активізація і стимулювання оптового продажу товарів | 5 | 8 |
| | Всього | 92 | 138 |

8. КОМПЛЕКСНА КУРСОВА РОБОТА З КУРСУ

«Управління оптовою і роздрібною торгівлею»

Навчальним планом для економічних спеціальностей передбачено написання курсових робіт з управління оптовою і роздрібною торгівлею. Виконання їх має за мету поглиблення і закріплення теоретичних й практичних знань студентів, розвиток навиків самостійної творчої роботи.

Курсова робота повинна розвинути у студентів вміння та навички використовувати технічні прийоми і способи аналізу цифрових даних.

Виконання студентом курсової роботи починається з визначення її теми і об'єкта (підприємство, магазин, група товарів), на матеріалах якого буде проведено дослідження. При виборі теми повинні бути враховані особисті нахили студента, актуальність, елементи новизни, можливість використання практичних даних підприємства, відповідати сучасному стану і перспективам розвитку комерційної діяльності торговельних та виробничих підприємств.

Важливим етапом є збір інформації безпосередньо на торговельних підприємствах, на підприємствах виробників різноманітних товарів, за матеріалами яких виконується курсова робота. Визначивши теоретичні аспекти теми курсової роботи, опрацювавши літературні джерела, студент має визначити перелік показників, характеристик та інше, які потрібно зібрати на підприємстві.

Зібраний студентом матеріал потребує ретельної обробці, систематизації та упорядкуванню відповідно до теми, плану курсової роботи. Його необхідно скласти у потрібні таблиці, графіки, діаграми, здійснити групування, ранжирування, класифікацію.

На засадах результатів аналізу зібраної інформації студент повинен сформулювати висновки.

Формування висновків із курсової роботи являє собою стислий виклад одержаних результатів по суті розробленої теми й окремих питань, що мають практичне значення та можливості застосування у практичній діяльності торговельного (виробничого) підприємства, на базі якого проводилися дослідження.

Курсова робота повинна відповідати темі виданого завдання та мати такі структурні елементи:

- титульний аркуш;
- зміст роботи;
- вступ;
- основну частину;
- висновки і пропозиції;
- список використаних літературних та інформаційних джерел;

- додатки

Обсяг курсової роботи має складати приблизно 25-35 сторінок. Цей обсяг розрахований на використання комп'ютерів із шрифтом текстового редактора Word розміру 14 з півторядковим інтервалом.

Курсову роботу друкують машинописним способом з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210 мм на 297 мм) до тридцяти рядків на сторінці. Текст друкується на аркушах з берегами: лівий - 30 мм, правий - 10 мм, верхній - 20 мм, нижній - 20 мм шрифтом однакової щільності чорного кольору.

Захист курсової роботи відбувається перед комісією, яка складається з двох викладачів кафедри. Студент коротко докладає основні положення і результати роботи, висновки, дає пояснення по суті зауважень рецензента, відповідає на запитання членів комісії.

Оцінку курсової роботи дає комісія. При вирішенні питання про оцінку, окрім якості виконаної роботи враховується вміння студента пов'язувати теоретичні знання з практикою, логічно мислити, змістовно відповідати на запитання.

Орієнтовна тематика курсових робіт:

1. Аналіз стану ринку споживчих товарів регіону (на прикладі окремих груп продовольчих, непродовольчих товарів).
2. Управління і шляхи підвищення ефективності роздрібної торгівлі продовольчими (непродовольчими) товарами в місті (на прикладі якої-небудь групи товарів).
3. Управління оптовими закупівлями і шляхи підвищення їх ефективності.
4. Комерційні операції з організації оптового продажу товарів, визначення шляхів їх ефективності.
5. Господарські зв'язки торговельних підприємств, їх оптимізація і використання в умовах ринкової економіки.
6. Вивчення та формування попиту споживачів на товари у роздрібному торговельному підприємстві.
7. Оптові ярмарки, виставки-перегляди, порядок їх роботи і ефективність.
8. Франчайзинг - засіб комерційної діяльності на ринку послуг.
9. Торгівля, як сфера комерційної діяльності.
10. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності.
11. Біржова торгівля, як форма організації оптового ринку.
12. Основи організації товаропросування у комерційній діяльності торговельного підприємства.

13. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі і шляхи її удосконалення.
14. Лізинг, як форма оптового продажу товарів та напрямки його розвитку.
15. Формування асортименту товарів у оптовій торгівлі та шляхи його удосконалення.
16. Комерційна діяльність на оптовому ринку та правила її регулювання.
17. Управління особливих форм продажу товарів та напрями їх розвитку.
18. Комерційний ризик і шляхи його зниження.
19. Система послуг у роздрібній торгівлі.
20. Формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі на прикладі конкретної товарної групи.
21. Види і форми послуг на оптовому ринку.
22. Імідж підприємства як форма ефективної комерційної діяльності.
23. Структура та концепція управління комерційною діяльністю на оптовому підприємстві.
24. Структура та концепція управління комерційною діяльністю на роздрібному підприємстві.
25. Комерційні аспекти цінової політики торговельного підприємства.
26. Комерційна діяльність з активізації продажу товарів.
27. Реклама в системі маркетингових комунікацій у комерційній діяльності торговельного підприємства.
28. Управління та управління торгово-технологічними процесами у магазині.
29. Товар - як об'єкт комерційної діяльності.
30. Управління, технологія та управління складськими операціями у торговельному підприємстві.

9. Методи навчання

Метод означає спосіб досягнення мети, певним чином упорядковану діяльність. Методом навчання називають спосіб упорядкованої взаємозв'язаної діяльності викладача, направленої на рішення завдань виховання і розвитку студентів в процесі навчання.

Лекції проблемного характеру один із найважливіших елементів проблемного навчання студентів. Вони передбачають наряду з основним лекційним матеріалом встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені у науці та мають актуальне значення для теорії й практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається. Вони сприяють формуванню у студентів самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Студенти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх.

Робота в малих групах дає змогу структурувати практично семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Кейс-метод – конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу.

Мозкові атаки – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи звіту про виконання індивідуальних завдань, міні-тренінгів, проектних робіт. Презентації можуть

бути як індивідуальні (виступи одного слухача), так і колективними (виступи двох та більше слухачів).

Метод «Дельфі» використовується з метою досягнення консенсусу в експертних оцінках й передбачає надання можливості висловити свої думки групі експертів, що працюють індивідуально в різних місцях. При виборі управлінського рішення за цим методом академічну групу розділяють, наприклад, на п'ять малих груп. Чотири групи є робочими, вони розробляють й приймають управлінське рішення, а п'ята група є експертною. Аналіз й варіанти управлінських рішень робочих груп усереднюється цією групою. Експертна група може бути поділена за спеціалізаціями.

При вивченні дисципліни «Механізми розвитку агропромислового виробництва» передбачено можливість широкого застосування дистанційних технологій навчання. Використання технологій дистанційного навчання в Уманському НУС регламентується положенням «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва». Матеріали курсу «Механізми розвитку агропромислового виробництва» розміщені на платформі Moodle: URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/>. В разі запровадження карантинних обмежень лекційні, практичні і семінарські заняття проводяться в форматі відеоконференції з використанням платформ: Zoom, Google Meet, Moodle тощо.

10. Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять і система оцінювання рівня знань визначається відповідною кафедрою (предметною або цикловою комісією).

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на певному освітньому (кваліфікаційному) рівні або на окремих його завершених етапах. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та державну атестацію студента.

Вищий навчальний заклад може використовувати модульну та інші форми підсумкового контролю після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практичних занять з певної дисципліни і їх результати враховувати при виставленні підсумкової оцінки.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену, диференційованого заліку або заліку з конкретної навчальної дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою, і в терміні, встановлені навчальним планом.

11. Розподіл балів, які отримують студенти (денна форма)

| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | П і д с у м к о в и й т е с т (е к з а м е н) | С у м а | | | |
|---|---|--------|----------------------|---|--------|--------|----------------------|--|--------|----------------------|-------------|---|---|-------------|----------------------|---|-------------|-------------|-------------|--|------------------|-------------|----|-----|
| Змістовий модуль № 1 | | | Змістовий модуль № 2 | | | | Змістовий модуль № 3 | | | Змістовий модуль № 4 | | | | | Змістовий модуль № 5 | | | | | | | | | |
| | | Т 3 | | | Т 5 | Т 6 | Т 7 | | Т 8 | Т 9 | М К 3 | | | Т 1 2 | Т 1 3 | | М К 4 | Т 1 5 | Т 1 6 | | Т 1 8 | М К 5 | | |
| 2 | 2 | 2 | | 2 | 2 | 2 | 2 | | 2 | 2 | 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 2 | 2 | 7 | 30 | 100 |

Розподіл балів, які отримують студенти (заочна форма)

| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | | | | | | | | | | | П і д с у м к о в и й т е с т (е к | С у м а |
|---|--------|--------|----------------------|--------|--------|--------|----------------------|--------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|--|------------------|
| Змістовий модуль № 1 | | | Змістовий модуль № 2 | | | | Змістовий модуль № 3 | | Змістовий модуль № 4 | | | | | Змістовий модуль № 5 | | | | | |
| Т 1 | Т 2 | Т 3 | Т 4 | Т 5 | Т 6 | Т 7 | Т 8 | Т 9 | Т 1 0 | Т 1 1 | Т 1 2 | Т 1 3 | Т 1 4 | Т 1 5 | Т 1 6 | Т 1 7 | Т 1 8 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----------------------------|-------------|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | з а м е н) | |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 0 | 1 0 0 |

Розподіл балів за виконання курсового проекту (роботи)

| Виконання курсової роботи (проекту) | Захист курсової роботи (проекту) | Сума |
|--|-------------------------------------|------------|
| 70 | 30 | 100 |

Таблиця відповідності шкали оцінювання ECTS з національною системою оцінювання в Україні

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

11. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки для написання курсових робіт з дисципліни «Управління оптовою і роздрібною торгівлею» для студентів факультету

економіки і підприємництва спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». - Умань, 2021.

2. Методичні вказівки для вивчення дисципліни «Управління оптовою і роздрібною торгівлею» для студентів факультету економіки і підприємництва спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Умань, 2021.

12. Рекомендована література

Базова:

1. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навчальний посібник. К.: Кондорвидавництво, 2020. 112 с.
2. Бочко О.Ю, Проскура В.Ф. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери : навчальний посібник. К: Кондор-Видавництво, 2019. 218 с. (бібліотека Уманського НУС)
3. Зовнішня торгівля України = Внешняя торговля Украины = Ukraine's foreign trade : стат. зб. Держ. служба статистики України. Київ : Держ. служба статистики України, 2016. 101 с.
4. Мельников А.М., Коваленко О.А., Пундяк Н.Б. Основи організації бізнесу: навч. посіб. для студ. вузів К.: Центр учб. л-ри, 2016. 200 с.
5. Романова Л.В. Управління підприємницькою діяльністю: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 240 с
6. Андріїв Н. М. Сутність та особливості підприємництва в системі внутрішньої торгівлі України. Бізнес Інформ. 2017. № 2. С. 172-177
7. Ільченко Н. Б. Механізм управління бізнес-процесами на підприємстві оптової торгівлі. Бізнес Інформ. 2018. № 6. С. 224-230.
8. Ільченко Н. Б. Обґрунтування причинно-наслідкових зв'язків управління економічними процесами на підприємстві оптової торгівлі. Проблеми економіки. 2016. № 4. С. 127-135
9. Ільченко Н. Глобалізаційні процеси та тенденції розвитку оптової торгівлі. Товари і ринки. 2016. № 1. С. 5-15
10. Ільченко Н., Кочубей Д. Референтні моделі управління ланцюгами поставок підприємств торгівлі. Товари і ринки. 2017. № 2. С. 62-71
11. Мамчин М. М., Лозинський В. Т., Прокопенко І. В. Теоретичні засади формування системи оптової торгівлі. Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". 2019. № 833. С. 50-56
12. Міняйло О. І., Костенко А. М. Сучасний стан та перспективи розвитку електронних державних закупівель в Україні. Екон. вісн. ун-ту. Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди. 2016. № 29/1. С. 135-144.
13. Mazaraki A., Lagutin V. Internal trade of Ukraine in crisis socio-economic challenges = Внутрішня торгівля України в умовах кризових соціально-економічних викликів. Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. 2015. № 6. С. 5-17

Допоміжна:

14. Законодавча база України про підприємництво. Офіційний сайт Держкомпідприємництва. URL: www.dkrp.gov.ua
15. Конституція України ред. від 21.02.ю2019 № 254к/96-ВР.

16. Податковий кодекс України ред. від 01.07.2019 № 2755-VI.
17. Про акціонерні товариства: Закон України ред. від 17.06.2018 № 514-VI.
18. Про державно-приватне партнерство: Закон України ред. від 10.06.2018 № 2404-VI.
19. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: Закон України ред. від 21.10.2019 № 755-IV.
20. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності: Закон України ред. від 03.07.2019 № 2806-IV.
21. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України ред. від 26.11.2016 № 1160-IV.
22. Про затвердження переліку органів ліцензування: Постанова КМУ ред. від 30.08.2019 № 1698.
23. Про захист прав споживачів: Закон України ред. від 16.07.19 № 1023-XII.
24. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України ред. від 07.02.2019 № 959-XII.
25. Про кооперацію: Закон України ред. від 06.11.2014 № 1087-IV.
26. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України ред. від 01.07.2019 № 1775-III.
27. Цивільний кодекс України ред. від 31.03.2019 № 435-IV.
28. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво: монографія ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Знання України, 2015. 463 с.
29. Варналій З.С. Основи підприємництва, навчальний посібник; Київ: Знання-Прес, 2006. 329 с.
30. Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навчальний посібник. К.: Кондор, 2008. 544 с.
31. Гой І.В., Смелянська Т.П. Підприємництво [текст]: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
32. Гордуновський О. М, Гуржій О. І. Торгівля в Південній Україні: організація товарообігу та людський потенціал (кінець XVIII - початок ХХ ст.) Реєнт; ред.: В. А. Смолій; НАН України, Ін-т історії України. Київ, 2017. 154 с.
33. Іванюта СМ. Підприємництво і бізнес культура. Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2007. 288 с.
34. Ільченко Н. Б. Логістичні стратегії в торгівлі : монографія; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : Київ. нац. торг. ун-т, 2016. 431 с.
35. Мазаракі А. А., Ільченко Н. Б. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студентів ВНЗ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 291 с.
36. Марущак С.М., Єфімова Г.В., Пащенко О.В. Оцінка та управління підприємницькими ризиками. Херсон. Олді-Плюс. 2014. 296 с. (бібліотека Уманського НУС)
37. Мочерний СВ., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. К.: Видавничий центр «Академія», 2005. 280 с.
38. Нестерчук Ю. О., Соколюк С. Ю., Жарун О. В., Непочатенко О.А. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : ТОВ видавництво «Центр учбової літератури», 2018. 273 с.

39. Нікіфоров Г.К., Нікіфоров С.С. Підприємництво та правовий захист комерційної таємниці: Навч.-прак. посібник. К.: Олан, 2001. 208 с.
40. Ніколенко С. С., Стеценко В. В. Організаційно-економічний механізм управління маркетинговими комунікаціями в організаціях споживчої кооперації : монографія ; ВНЗ Укоопспілки "Полтав. ун-т економіки і торгівлі". Полтава : ПУЕТ, 2014. 194 с.
41. Пазуха М.Д., Ігнатович М.В. Реклама у підприємницькій діяльності: Навч. нос. К.: ЦДЛ, 2006. 176 с.
42. Подсолонко В.А., Процан А.Ф., Миронова Т.Л., Василенко В.О. Підприємництво. К.: Центр навч. літератури, 2003. 616 с.
43. Семенда Д.К., Бурляй О.Л., Коротєєв М.А., Семенда О.В. Економіка підприємства: підруч. Умань: ВПЦ «Візаві» (Видавець «Сочінський»), 2014. 476 с.
44. Семенда Д.К., Коротєєв М.А., Семенда О.В., Семенда О.В. Економіка підприємства: навч. посіб. Умань: ВПЦ «Візаві», 2018. 246с.
45. Сизоненко, В.О. Сучасне підприємництво: довідник К. : Знання-Прес, 2007. 440 с.
46. Тирпак І.В., Тирпак В.І., Жуков С.А. Основи економіки та організації підприємництва: навч. посіб. К. : Кондор, 2011. 284 с.
47. Ярошевич Н.Б., Колісник М.К. Підприємництво і менеджмент: Навчальний посібник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. 292 с.
48. Бурляй А. П., Непочатенко О.А. Вплив діяльності сільськогосподарських підприємств на навколишнє природне середовище. Науковий збірник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 20. Ч.1.-Ужгород. 2018. С.64-69.
49. Ільченко Н. Глобалізаційні процеси та тенденції розвитку оптової торгівлі. Товари і ринки. 2016. № 1. С. 5-15
50. Ільченко Н., Кавун О. Тезаурус сучасної торгівлі України. Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. 2016. № 1. С. 54-70
51. Мілаш І. В., Красноусов А. В. Методичний інструментарій оцінки результативності стратегічного управління витратами торговельного підприємства. Бізнес Інформ. 2014. № 4. С. 245-250.
52. Непочатенко О.А., Боровик П.М., Сліпченко В.В. Спеціальні податкові режими для аграрного бізнесу: сучасні проблеми та перспективи сучасного розвитку. Науково-практичний журнал «Бухгалтерський облік і аудит». 2016. Вип. 2. С. 24-30.
53. Derunets N. Impact of resolutions of the UN General Assembly on international legal regulation of trade relations = Вплив резолюцій Генеральної Асамблеї ООН на міжнародно-правове регулювання торговельних відносин. Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 4. С. 50-58.

13. Інформаційні ресурси

1. Бібліотеки в Україні URL: [http:// www. library. univ.kiev.ua/ukr/res/resour.php3](http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/res/resour.php3)
2. Бібліотеки та науково-інформаційні центри України URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/libukr.html>
3. Верховна Рада України URL: www.rada.gov.ua
4. Вільна енциклопедія URL: <http://uk.wikipedia.org>
5. Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника URL: [http://www. library. lviv.ua/](http://www.library.lviv.ua/)
6. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

14. Зміни у робочій програмі на 2022-2023 навчальний рік.

Зміни, внесені до робочої програми, охоплюють:

1. Уточнення щодо годин у зв'язку зі змінами, внесеними до освітньої програми 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».
2. Внесення відповідних коригувань в розподіл балів, що їх отримують студенти в процесі вивчення дисципліни;
3. Оновлення переліку рекомендованої літератури за останні роки.