

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Кафедра організації підприємництва та біржової діяльності


"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Декан економічного факультету
Діброва А. Д.
" 12 " травня 2022 р.

"СХВАЛЕНО"
на засіданні кафедри організації
підприємництва та біржової діяльності
Протокол № 16 від "12" травня 2022 р.
Завідувач кафедри
(Ільчук М. М.)

"РОЗГЛЯНУТО"
Гарант ОП «Підприємство, торгівля
та біржова діяльність»
Гарант ОП
(Яворська В. О.)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Спеціальність 076 Підприємство торгівля та біржова діяльність
освітня програма Підприємство торгівля та біржова діяльність
Факультет ЕКОНОМІЧНИЙ
Розробники: канд. економ. наук., доцент Панкратова Л.Л.
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2022 р.

1.Опис навчальної дисципліни**«ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ»**

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	076 Підприємництво торгівля та біржова діяльність	
Освітня програма	Підприємництво торгівля та біржова діяльність	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форми навчання		
	Денна	Заочна
Рік підготовки (курс)	3	–
Семестр	5	–
Лекційні заняття	30	8
Семінарські, практичні заняття	30	8
Самостійна робота	90	134
Кількість тижневих аудиторних годин	4	

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у майбутніх студентів теоретичної та практичної бази з питань організації торгівлі з врахуванням сучасних методів та технологій торговельної діяльності.

Основними **завданнями** курсу є:

- розкриття сутності торгівлі, її функцій та необхідності для ефективного розвитку економіки країни;
- ознайомлення з організаційною будовою оптової та роздрібною торгівлі, організацією складської мережі та інших елементів торговельної інфраструктури;
- вивчення основних показників торговельної діяльності, таких як товарооборот, товарорух, оборотність, ланковість і т.п.
- засвоєння знань, щодо організації і формування товарних запасів торговельного підприємства, тощо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- ✓ необхідність торгівлі для ефективного розвитку економіки країни;
- ✓ етапи просування на шляху від виробництва до споживання, проблеми які виникають в ланцюгах постачань й зокрема в продовольчому ланцюгу;
- ✓ організаційно-економічні проблеми функціонування оптової і роздрібною торгівлі;
- ✓ стан та шляхи розвитку складського господарства торгівлі;
- ✓ раціональні методи товаропостачання, оптимальні його параметри, тощо;

вміти:

- ✓ організувати оптимальні методи продажу товарів в сфері оптової та роздрібною торгівлі;
- ✓ оптимізувати розміщення торговельного підприємства;
- ✓ розробляти пропозиції щодо організації нових прогресивних форм торгівлі та удосконалення господарського механізму галузі;
- ✓ оптимізувати торгово-технологічні рішення у просуванні товарів на ринок;
- ✓ організувати ефективні торгово-технологічні операції в магазині та на складі;
- ✓ здійснювати заходи щодо підвищення якості торговельного обслуговування споживачів.

Набуття компетентностей:

✓ **загальні компетентності (ЗК):**

- ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
- ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

✓ **фахові (спеціальні) компетентності (ФК):**

- СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
- СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин
- СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та функції торгівлі, її організаційна структура.

Сутність, функції, завдання торгівлі. Місце торгівлі в економічній системі. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції. Сутність зовнішньої та внутрішньої торгівлі. Функціональна структура внутрішньої торгівлі. Організаційна структура торгівлі. Основи організації внутрішньої торгівлі. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України.

Тема 2. Товарооборот (товарообіг) країни, його види та чинники впливу.

Поняття товарообороту (товарообігу). Товарорух, канали товароруху (прямі, непрямі, канали нульового рівня). Ланковість товароруху. Макроекономічні показники товарообороту та товароруху. Валовий товарооборот, чистий товарооборот. Чинники впливу на товарооборот.

Тема 3. Сучасні проблеми управління ланцюгами постачань.

Поняття продовольчого ланцюга. Види продовольчих ланцюгів. Управління ланцюгами постачань (УЛП). Еволюція УЛП. «Ефект хлиста». Короткі та довгі ланцюги товаропостачання.

Тема 4. Сутність та функції оптової торгівлі.

Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності. Сутність, завдання та функції оптової торгівлі. Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Державне регулювання функціонування оптової торгівлі. Класифікація і характеристика оптових підприємств. Організаційна структура оптових підприємств. Функції та послуги, які надають оптові торговельні підприємства. Поняття оптового торговельного підприємств

Тема 5. Класифікація оптових торговельних посередників.

Види оптових формувань. Оптові підприємства з повним комплексом закупівельно-збутових операцій. Оптові підприємства (універсальні, спеціалізовані), оптові організації, дистриб'ютори, дилери, посилоторговці. Агент – принципал, комісіонер – комітент, комівояжер, консигнатор – консигнант. Договір франчайзингу та сторони цього договору, франшиза. Посередницькі оптові структури, які не застосовують у своїй діяльності переходу до них права власності на товар.

Тема 6. Організатори оптового товароруху: оптові продовольчі ринки, біржі, ярмарки, аукціони

Оптові закупівлі товарів на ярмарках, оптових ринках, виставках, товарних біржах, аукціонах, торгових домах, біржах.

Тема 7. Складська мережа в системі оптового товароруху

Роль складів у логістичних системах та організації товароруху, їх класифікація і види, номенклатура типів складів. Особливості роботи різних видів складів. Методичні підходи щодо визначення потреби у складах та їх розміщення. Показники, що характеризують стан розвитку та ефективність використання складського господарства.

Тема 8. Сутність та функції роздрібною торгівлі.

Сутність та соціально-економічне значення роздрібною торговельної мережі. Планування розвитку роздрібною торговельної мережі. Показники оцінки стану розвитку роздрібною торговельної мережі. Організація торговельно-технологічного процесу.

Тема 9. Види та класифікація торговельних об'єктів

Основні види об'єктів роздрібної торговельної мережі. Сутність та класифікація магазинів. Спеціалізація магазинів. Типізація магазинів. Сутність та класифікація торговельних центрів. Види об'єктів дрібнороздрібної торговельної мережі: павільйони, кіоски, палатки, торговельні автомати. Сутність та класифікація торговельних мереж. Визначальні фактори розвитку роздрібної торговельної мережі.

Тема 10. Організація торговельно-технологічного процесу у магазині

Технологічне планування приміщень магазину. Сутність торговельно-технологічного процесу у магазині. Основні операції торговельно-технологічного процесу. Допоміжні операції торговельно-технологічного процесу. Зонування торговельної зали магазину. Типи планування торговельної зали магазину. Розміщення і викладення товарів у торговельній залі магазину та на торговельному обладнанні.

Тема 11. Товарооборот торговельного підприємства

Сутність поняття «товаропостачання» та основні вимоги до його організації. Прямі та опосередковані господарські зв'язки: особливості та визначальні фактори їх вибору. Сутність поняття «товарорух», його складові елементи і принципи раціональної організації. Форми товароруху і фактори, що визначають їх вибі

Тема 12. Товарні запаси та товарне забезпечення торговельного підприємства

Товарні запаси та їх оборот. Роль, види та функції тари та упаковки в організації торгово-технологічних та логістичних процесів на підприємствах оптової торгівлі, транспортуванні товарів. Організація тарних операцій у торговельних підприємствах. Основні нормативні документи, що регламентують порядок організації тарообороту на підприємствах оптової торгівлі

Тема 13. Організація продажу товарів і обслуговування покупців у магазині

Атмосфера магазину та її складові. Засоби внутрішньомагазинної інформації. Оформлення інтер'єру магазину. Форми і методи роздрібного продажу товарів. Психологічні аспекти процесу продажу товарів та спілкування з потенційними покупцями. Вплив товарної спеціалізації магазину на організацію процесу продажу товарів. Організація процесу продажу товарів та надання торговельних послуг. Рекламна діяльність підприємства роздрібної торгівлі. Методи стимулювання продажу товарів. Розробка програм лояльності покупців.

Тема 14. Позамагазинна роздрібна торгівля

Сутність посилкової торгівлі та її особливості. Продаж товарів через мережу дрібних роздрібних торговельних об'єктів. Організація продажу товарів у павільйонах, кіосках, палатках. Організація пересувної торгівлі. Організація розносної торгівлі. Організація розвізної торгівлі. Організація торгівлі на ринках. Особливості організації продажу товарів та надання послуг у торговельних центрах.

Тема 15. Організація інформаційно-рекламної роботи в торгівлі

Види реклами в торгівлі. Поняття та завдання торгової реклами. Поняття зовнішньої та внутрішньої реклами. Рекламні засоби. Форми реалізації реклами торговельного підприємства: рекламне оголошення, рекламні цикли, рекламна кампанія. Роль та функції внутрішньомагазинної інформації. Організація внутрішньомагазинної реклами та інформації. Особливості рекламно-інформаційного оформлення торговельного залу. Поняття інтер'єру магазину та процес його створення. Організація та принципи оформлення вітрин. Методичні підходи щодо оцінки економічної ефективності реклами торговельного підприємства.

Структура навчальної дисципліни:

повного терміну денної форми навчання;

повного терміну заочної форми навчання;

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	с	п	інд	с.р.		л	с	п	інд	с.р.	
Змістовий модуль 1.													
Суть торгівлі, як виду економічної діяльності													
Організаційні основи функціонування оптової торгівлі													
<i>Тема 1. Сутність та функції торгівлі, її організаційна структура</i>	11	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	
<i>Тема 2. Товарооборот (товарообіг) країни, його види та чинники впливу</i>	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	
<i>Тема 3. Сучасні проблеми управління ланцюгами постачань</i>	10	2	2	-	-	6	9	0,5	0,5	-	-	8	
<i>Тема 4. Сутність та функції оптової торгівлі.</i>	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	
<i>Тема 5. Класифікація оптових торговельних посередників</i>	11	2	2	-	-	6	11	1	1	-	-	9	
<i>Тема 6. Організатори оптового товароруку: оптові продовольчі ринки, біржі, ярмарки, аукціони</i>	11	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	
<i>Тема 7. Складська мережа в системі оптового товароруку</i>	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	
Разом за змістовим модулем 1	73	14	14			42	70	4	4	-	-	62	
Змістовий модуль 1.													
Організаційні основи функціонування роздрібної торгівлі													
<i>Тема 8. Сутність та функції роздрібної торгівлі.</i>	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	
<i>Тема 9. Види та класифікація торговельних об'єктів</i>	11	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9	

<i>Тема 10.</i> Організація торговельно-технологічного процесу у магазині	11	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9
<i>Тема 11.</i> Товарооборот торговельного підприємства		2	2			6	10	0,5	0,5	-		9
<i>Тема 12.</i> Товарні запаси та товарне забезпечення торговельного підприємства	11	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9
<i>Тема 13.</i> Організація продажу товарів і обслуговування покупців у магазині	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9
<i>Тема 14.</i> Позамагазинна роздрібна торгівля	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9
<i>Тема 15.</i> Організація інформаційно-рекламної роботи в торгівлі	10	2	2	-	-	6	10	0,5	0,5	-	-	9
Разом за змістовим модулем 2		14	14	-	-	48	80	4	4	-	-	72
Усього годин	150	30	30	-	-	90	150	8	8	-	-	134

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	-	-
2	-	-
...

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна)	Кількість годин (заочна)
Змістовий модуль 1. Суть торгівлі, як виду економічної діяльності Організаційні основи функціонування оптової торгівлі			
1	Сутність та функції торгівлі, її організаційна структура	2	0,5
2	Товарооборот (товарообіг) країни, його види та чинники впливу	2	0,5
3	Сучасні проблеми управління ланцюгами постачань	2	-
4	Сутність та функції оптової торгівлі.	2	0,5
5	Класифікація оптових торговельних посередників	2	1
6	Організатори оптового товароруку: оптові продовольчі ринки, біржі, ярмарки, аукціони	2	0,5
7	Складська мережа в системі оптового товароруку	2	0,5
Змістовий модуль 1. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі			
8	Сутність та функції роздрібно торгівлі.	2	1
9	Види та класифікація торговельних об'єктів	2	0,5
10	Організація торговельно-технологічного процесу у магазині	2	0,5
11	Товарооборот торговельного підприємства		0,5
12	Товарні запаси та товарне забезпечення торговельного підприємства	2	0,5
13	Організація продажу товарів і обслуговування покупців у магазині	2	0,5
14	Позамагазинна роздрібна торгівля	2	0,5
15	Організація інформаційно-рекламної роботи в торгівлі	2	0,5

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	-	-
2	-	-
...

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	-	-
2	-	-
...	-	-

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

1. Що таке торгівля? Які функції вона виконує?
2. Обґрунтуйте місце торгівлі в економічній системі.
3. Доведіть необхідність внутрішньої торгівлі. На які види та
4. форми вона поділяється?
5. Надайте характеристику організаційним формам торгівлі
6. Охарактеризуйте поняття «товар», «товарний ринок».
7. Дайте визначення товарообороту. Як цей показник розраховується?
8. Назвіть, які види товарообороту в залежності від географії торгівлі?
9. Назвіть, які види товарообороту вирізняють у внутрішній торгівлі?
10. Охарактеризуйте поняття товарорух та ланковість товароруху.
11. Охарактеризуйте канали товароруху.
12. Дайте оцінку, чим відрізняється чистий товарооборот від валового товарообороту.
13. Поясніть, як розраховується коефіцієнт ланковості.
14. Поясніть, що включає оптовий товарооборот.
15. Поясніть, що включає роздрібний товарооборот.
16. Поясніть, як розраховується коефіцієнт ланковості, з врахуванням зміни товарних запасів.
17. Дайте пояснення, як розраховується структура товарних запасів, питома вага окремої товарної групи в структурі товарообороту.
18. Дайте визначення поняттю «оптова торгівля». На якому етапі товарного руху вона знаходиться?
19. Назвіть функції товароруху стосовно виробника
20. Назвіть функції товароруху стосовно споживач (покупця).
21. Вкажіть, які форми оптової торгівлі вам відомі.
22. Поясніть, за яких умов доцільно застосовувати оптову торгівлю у формі прямого збуту.
23. Поясніть, за яких умов доцільно застосовувати посередників для оптимізації збутової діяльності.
24. Назвіть, які існують види оптової торгівлі в залежності від рівня обслуговування споживачів.
25. Назвіть, які існують види оптової торгівлі за формами організації торговельного процесу.
26. Поясніть, які підприємства є оптовими посередниками з повним комплексом закупівельно-збутових операцій. Чому?
27. Поясніть, хто є дилером.
28. Поясніть хто є дистриб'ютором.
29. Дайте пояснення, яка відмінність діяльності дилера від дистриб'ютора.
30. Поясніть хто є агентом, а хто принципалом. Які відносини між цими суб'єктами?
31. Поясніть хто є комісіонером, а хто такий комітент. Які відносини між цими суб'єктами?
32. Поясніть, якого суб'єкта ринку називають комівоаяжер.
33. Поясніть, яких суб'єктів ринку називають консигнатор, консигнант. Які відносини між цими суб'єктами?
34. Дайте пояснення, хто такий брокер. Які функції виконують брокерські контори?
35. Назвіть, яких суб'єктів ринку відносять до організаторів товароруху?
36. Поясніть, які специфічні ознаки характерні для ярмарку.
37. Поясніть, які специфічні ознаки характерні для аукціону.
38. Поясніть, які види аукціонів Вам відомі.
39. Поясніть, які специфічні ознаки біржі.

40. Опишіть, як функціонує оптовий продовольчий ринок.
41. Дайте відповідь, чи є в Україні оптові продовольчі ринки. Назвіть їх.
42. Висвітліть завдання, які виконують агроторгові дома. Чи отримали вони поширення в Україні?
43. Охарактеризувати роздрібну торгівлю (рітейл). Яка її відмінність від оптової торгівлі?
44. Доведіть важливість розвитку роздрібною торгівлі. Які функції вона виконує?
45. Що собою являють соціальні форми торгівлі?
46. У чому полягає особливість організаційної побудови торгівлі?
47. Які торговельні об'єкти Вам відомі?
48. Розкрийте поняття складу та його ролі в процесі товарного обігу?
49. Що розуміють під торгово-технологічним процесом складу? Які фактори впливають на його раціональну організацію?
50. Якими є завдання організації процесів приймання товарів на складах торговельних підприємств?
51. Охарактеризуйте порядок організації приймання товарів за кількістю та якістю на складах.
52. Які вимоги висуваються щодо організації розміщення товарів на складах?
53. Що розуміють під умовами зберігання? технікою зберігання?
54. Охарактеризуйте умови застосування окремих способів укладання товарів на зберігання, їх переваги і вади.
55. Наведіть перелік комплексу операцій з відбору та відпуску товарів зі складу оптового торговельного підприємства. Що служить підставою для відпуску товарів зі складу?
56. Поясніть, де здійснюється стаціонарна торгівля.
57. Поясніть, де здійснюється пересувна торгівля.
58. Охарактеризуйте посилочну торгівлю.
59. Охарактеризуйте електронну торгівлю.
60. Поясніть, що містить в собі поняття торговельна націнка (надбавка). Поясніть, що показує еластичність попиту за ціною?

Зразки завдань для підсумкової атестації

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
<p>ОС «Бакалавр» Освітня програма «Підприємництво торгівля та біржова діяльність»</p>	<p>Кафедра організації підприємництва та біржової діяльності</p>	<p style="text-align: center;">ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № _____ з дисципліни Організація торгівлі</p>	<p style="text-align: center;">Затверджую Зав. кафедри</p> <hr style="width: 50%; margin: auto;"/> <p style="text-align: center;">– д.е.н., проф. Ільчук М.М. 01.06.2022 р.</p>
Екзаменаційні питання			
<p>1. Теоретичне питання. Сутність та види оптової торгівлі. Її основні та допоміжні функції.</p>			
<p>2. Задача. Повна собівартість виготовлення кавомолки склала 120 грн. Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%. Визначити оптову та відпускну ціну одиниці виробу; річний прибуток підприємства–виробника, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 17 тис. шт. <i>Примітка.</i> Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.</p>			
Тестові завдання			
<p>1 Коли виникла торгівля:</p> <p>а) коли від землеробства відділилося скотарство;</p> <p>б) з появою купців;</p> <p>в) коли з'явилися ремесла;</p> <p>г) з появою приватної власності;</p> <p>д) при капіталістичному способі виробництва;</p>			
<p>2. Якими показниками характеризується торгівля як галузь господарювання:</p> <p>а) чисельністю підприємств роздрібно й оптової торгівлі;</p> <p>б) чисельністю зайнятих працівників;</p> <p>в) величиною роздрібного й оптового товарообороту; 16</p> <p>в) середньою заробітною платою;</p> <p>г) рівнем рентабельності;</p> <p>д) величиною торговельної площі.</p>			
<p>3. Петренко П.П. вирішив стати фінансовим посередником. У якій установі він не буде працювати:</p> <p>а) у банку;</p> <p>б) на товарній біржі;</p> <p>в) у страховій організації;</p> <p>г) у кредитній організації.</p>			
<p>4. Посередник займається реалізацією товару, одержуючи при цьому винагороду з обох сторін, при чому він не надає кредиту та не має права власності на товар і не може закінчити угоду без офіційного погодження. Як називають такого посередника:</p> <p>а) дилер;</p> <p>б) брокер;</p> <p>в) комісіонер;</p> <p>д) дистриб'ютор;</p> <p>є) збутовий агент?</p>			

<p>5. До функцій роздрібно́ї торгівлі не належать:</p> <p>а) задоволення потреб населення в товарах; б) посередництво у збуті товарної продукції; в) вплив на виробництво щодо асортименту, якості, обсягів товарів; г) удосконалення технології торгівлі.</p>
<p>6. Оптово-відпускна ціна це</p> <p>а. Витрати +торгова надбавка б. Витрати + прибуток с. Оптова ціна +ПДВ д. Оптова ціна (-) мінус ПДВ</p>
<p>7. Склад роздрібно́ї ціни формується за таким складом:</p> <p>а) $(C + П + A + ПДВ) * 1,2 + Нт$; б) $C + П + A + ПДВ + Нп + Нт$; в) $C + П + ПДВ + Нп + Нт$; г) $(C + П) * 1,2 + A + Нт$.</p>
<p>8. Основною функцією процесу продажів є:</p> <p>а) організація стоянок для машин поблизу магазину; б) формування ціни товару; в) доставка товарів до дому; г) приймання товарів від постачальників за якістю й кількістю.</p>
<p>9. Закон попиту передбачає, що:</p> <p>а. перевищення пропозиції над попитом викликає зниження ціни; б. якщо доходи споживачів зростають, то вони купують більше товарів; с. крива попиту має позитивний нахил; д. ціна товару знижується, то обсяг покупок зростає.</p>
<p>10. Податок, який стягується з товару під час перетину ним національного митного кордону – це:</p> <p>а) імпорфтне мито; б) митний тариф; в) тарифна квота; г) мито; д) митна виручка.</p>

8. Методи навчання

Під час навчального процесу застосовуються методи активного навчання, які максимально залучають студентів до пізнання нових тем та їх засвоєння, творче рішення конкретних проблем.

Застосовуються технічні засоби: лекційний матеріал подається на слайдовій презентації у програмі Power Point, максимально використовуються можливості Internet під час лекційних, практичних та лабораторних занять.

Курс «Ціноутворення на біржовому ринку» атестований на навчальній платформі НУБіП <https://elearn.nubip.edu.ua/>. Інтернет-технології дають можливість інтегрувати в електронний навчальний курс різні електронні елементи, які сприяють ефективному засвоєнню нового матеріалу та формуванню позитивної мотивації до навчання. Такі елементи (як відео ролики, анімації, ілюстровані графіки і схеми, оригінальні тести, посилання на інтернет-ресурси, всілякі інструменти для спілкування, співпраці та обміну повідомленнями) використовуються в даному курсі. Для активізації роботи студентів застосовуються реальні бізнес-кейси, професійні ситуації, та оперативна інформація з різноманітних Internet-джерел.

7. Форми контролю

Видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи. Об'єктом поточного контролю знань є: усні доповіді, результати бліц-опитувань, тестувань на семінарських заняттях; розв'язування задач на практичних заняттях; відвідування лекцій та активність на них; виконання модульних контрольних робіт та завдань для самостійного опрацювання.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля.

Після кожного змістового модуля проводиться контрольний захід у вигляді модульної контрольної роботи з метою перевірки рівня засвоєння матеріалу студентами. Виконання модульних контрольних робіт є *обов'язковим* заходом рубіжного зрізу знань студентів, який дозволяє викладачеві зорієнтуватися в напрямках та формах подальшої роботи та викладання дисципліни. Студентам, цей захід допомагає закріпити знання певного змістового модуля та накопичити бали.

В якості самостійної роботи студенти виконують наукові проекти, виконання яких демонструє рівень попередніх знань, кругозору студента та засвоєння отриманих знань з даної дисципліни.

Об'єктом контролю знань студентів під час підсумкової атестації є результати виконання письмових екзаменаційних завдань. До під час підсумкової атестації допускаються лише ті студенти, які виконали навчальний план з дисципліни та набрали необхідну кількість балів.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371).

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни $R_{\text{Дис}}$ (100 балів) визначається, як сума рейтингу з атестації $R_{\text{ат}}$ (30 балів) та рейтингу з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (70 балів)

$$R_{\text{Дис}} = R_{\text{ат}} + R_{\text{нр}}$$

Рейтинг здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни у балах переводиться у національні оцінки згідно з табл. 1.

Співвідношення між національними оцінками і рейтингом здобувача вищої освіти

Оцінка національна	Рейтинг здобувача вищої освіти, бали
Відмінно	90 – 100
Добре	82-89
	74-81
Задовільно	64-73
	60-63
Незадовільно	35-59
	0-34

11. Методичне забезпечення

1. Панкратова Л.Л. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Організація торгівлі», для ОС «Бакалавр», напрям підготовки: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, К. НУБіП України, 2020. 28 с.
2. Панкратова Л.Л. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Організація торгівлі», для ОС «Бакалавр», напрям підготовки: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, К. НУБіП України, 2021. 25 с.
3. Електронний навчальний курс «Організація торгівлі», автор Л.Л. Панкратова URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/> (дата атестації 2021 р.)

12. Рекомендована література

Основна

4. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 2-ге видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури. 2018. С. 632.
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: Навчальний посібник. Київ. Кондор. 2017. С. 368.
6. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. Київ. Київ. нац. торг.-економ. Ун-т. 2018. С. 680.
7. Роженко, О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Організація торгівлі». 2017. URL: http://elibrary.donnue.edu.ua/921/1/Rozhenko_2017-3.pdf

Додаткова

8. Беляевский И.К. Статистика рынка товаров и услуг. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 649 с.
9. Бегларашвілі, О., Кулік, А. Роздрібна торгівля в Україні: динаміка змін. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*, 2018 (3), 52-60.
10. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Оптова торгівля: організація та технологія: навч. посіб. Київ. Київ. нац. торг.-економ. ун-т. 2015. С. 265.
11. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. - № 436-ІУ // *Голос України*, 2003. 14 березня. с. 1-30.
12. Мазаракі А.А., Бланк А.А., Лігоненко Л.О. та ін. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного роз-витку: монографія. Київ. Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2006. 195с.

13. Інкотермс 2010. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі. Київ. Асоціація «ЗЕД». 2011. 266 с. URL: https://zed.ua/images/files/Incoterms_short.pdf
14. Кошельок, Г. В. Сучасний стан і перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні. *Інтелект XXI*, 2018. (1), 80-85.
15. Льчук, М. М., Панкратова Л.Л. Розвиток торгівлі та проблеми в ланцюгах товаропостачання продовольства в Україні. *Економіка АПК*. №8. 2020. с. 22-28. URL: <http://www.eapk.org.ua/contents/2020/08/22>
16. Панкратова Л.Л. Грабіна С.М. Цінові позиції української пшениці на світовому ринку. *Біоекономіка і аграрний бізнес*. Том 11 (4). 2020. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/view/15242>
17. Панкратова Л.Л. Чинники, що формують цінові тренди на пшеницю на світових біржах та спотовому ринку України. *Український соціум*. 2017. №3(62). С. 76-86. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-3-62-2017/chinniki-shho-formujut-cinovi-trendi-na-pshenicju-na-svitovih-birzhah-i-spotovomu-rinku-ukraini/>
18. Про ціни і ціноутворення: Закон України № 5006 -VI від 21 червня 2012р./ URL: www.rada.gov.ua.
19. Мазаракі А.А. Торговельне підприємництво: стратегія, політика, конкурентоспроможність. Київ. КНТЕУ. 2016. 242 с.
20. Сотніченко, О. А. (2012). Товарообіг країни та фактори, які на нього впливають. *Економіка та держава*, 2012 (3), 94-97.
21. Тебенко, В. М., Тебенко, В. Н., Андрєєва, Л. О. Аналітичне дослідження результатів діяльності підприємств сфери торгівлі, 2020. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/9642>
22. Трішкіна, Н. І. "Оптова торгівля як складова інфраструктури товарного ринку." *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки* 4 (2017). С. 72-76.
23. Dibrova, A., Pankratova, L., Cheban, I. Simulation of agricultural policy scenarios using the AGMEMOD model. *CEUR Workshop Proceedings*, 2020, Vol-2732, p. 471-486. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2732/20200471.pdf> (Scopus)
24. Kvasha, S., Pankratova, L., Koval, V., & Tamošiūnienė, R. Illicit Financial Flows in Export Operations with Agricultural Products. *Intellectual Economics*, 2019, 13(2), 195-209. URL: <https://ojs.mruni.eu/ojs/intellectual-economics/article/view/530> (Scopus)
25. Pankratova, L., Paientko, T., Lysenko, Y. Using Trading System Consolidated Models in Stock Exchange Price Forecasting. *Communications in Computer and Information Science*, 2020, 1175 CCIS, с. 364-391. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-39459-2_17 (Scopus)
26. Pankratova L., Paientko T., Lysenko Y. Forecasting Prices on the Stock Exchange Using a Trading System. *CEUR Workshop Proceedings*, 2019. Vol-2393, p. 332-346. URL: http://ceur-ws.org/Vol-2393/paper_292.pdf (Scopus)
27. Reznik N., Pankratova L. High-Frequency Trade as a component of Algorithmic Trading: market consequences. *CEUR Workshop Proceedings*, 2018. Vol-2104, p.73-83. URL: http://ceur-ws.org/Vol-2104/paper_174.pdf (Scopus)

13.Інформаційні ресурси

1. Асоціація ритейлерів Ураїни. URL: <https://rau.ua/aboutus/>
2. Державний комітет статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua
3. Верховна Рада України URL: www.rada.gov.ua
4. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
5. УкрАгроКонсалт. URL: <http://www.ukragroconsult.com>
6. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>