

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Перший проректор Національного
університету біоресурсів і
природокористування України,
професор, академік НААН
_____ - І. І. Магулян
_____ 06 2020 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО
на засіданні Вченої ради економічного факультету
Протокол № 40 від «17» 06 2020 р.
Декан факультету _____ А.Д. Діброва

на засіданні кафедри маркетингу та міжнародної
торгівлі
Протокол № 10 від «18» 05 2020 р.
Завідувач кафедри _____ Р.І. Бурян

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Сучасні форми організації торгівлі

Рівень вищої освіти – Третій (освітньо-науковий)

Галузь знань 07 – Управління та адміністрування

Спеціальність 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітня програма – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітній ступінь – Доктор філософії з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Розробник: Ларіна Я.С., д. е. н., професор.

Київ – 2020 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Сучасні форми організації торгівлі

(назва)

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Доктор філософії	
Напрямок підготовки	07 – управління та адміністрування	
Спеціальність	076 – підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	Заочна, вечірня форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	1
Семестр	2	2
Лекційні заняття	20 год.	20 год.
Практичні, семінарські заняття	20 год.	20 год.
Лабораторні заняття	год.	год.
Самостійна робота	110 год.	110 год.

2. Опис навчальної дисципліни

Мета дисципліни – набуття аспірантами теоретичних знань та практичних навичок ефективної організації торгівлі в умовах сучасних ринків.

Завдання – опанувати теоретичні засади та сучасні моделі організації торгівлі; оволодіти вмінням організації оптових закупівель товарів; набутти вміння організації торгово-технологічного процесу на підприємствах оптової торгівлі; здобути знання із нормативно-правової бази по організації торгівлі; тощо.

У результаті вивчення дисципліни здобувач повинен:

знати: загальні теоретичні засади організації торгівлі; сучасні теорії, методи та моделі організації торгівлі; загальні засади організації оптової торгівлі; загальні засади організації роздрібно торгівлі; технології електронної торгівлі; принципи ефективної організації продажів; принципи управління асортиментом в торгівлі; тощо.

уміти: здійснювати ефективний пошук наукової літератури за темою дисертаційної роботи; здійснювати організацію оптових закупівель товарів та їх документальне оформлення; здійснювати транспортне, тарне та технічне забезпечення технологічних процесів у оптовій торгівлі; здійснювати організацію товаропостачання і доставки товарів оптовим покупцям агропродовольчої продукції; тощо.

відповідати наступним загальним та фаховим компетентностям ОНП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел та проведення комплексних досліджень у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ЗК5. Здатність розробляти та управляти проектами у вітчизняному та зарубіжному контексті.

СК1. Знання основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

СК2. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

СК7. Здатність формулювати наукову проблему, розробляти робочі гіпотези, визначати актуальність, мету, завдання, які необхідно вирішити для досягнення мети, оцінювати необхідні ресурси та час для реалізації, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та професійної практики у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

СК8. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми та приймати науково обґрунтовані рішення в професійній діяльності.

отримати наступні програмні результати навчання ОНП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

РН1. Вміти продукувати нові ідеї, здійснювати критичний аналіз, оцінку і синтез у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

РН4. Ініціювати інноваційні проекти, забезпечувати підготовку наукових розробок у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

РН6. Знати та критично оцінювати теорії, положення та концептуальні підходи до вирішення комплексних наукових і практичних завдань у підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності.

3.Програма та структура навчальної дисципліни для:

Назви тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Модуль 1												
Тема 1. Теоретичні засади організації торгівлі	4	2				2	4	2				2
Тема 2. Сучасні моделі та структурні трансформації в сфері торгівлі	6	2				4	6	2				4
Тема 3. Методологічні засади організації оптової торгівлі	6	2				4	6	2				4
Тема 4. Організація оптового продажу товарів	16	2	4			10	16	2	4			10
Тема 5. Організація товаропостачання і доставки товарів оптовим покупцям агропродовольчої продукції	16	2	4			10	16	2	4			10
Модуль 2												
Тема 6. Загальні засади організації роздрібної торгівлі	14	2	2			10	14	2	2			10
Тема 7. Організація продажів, управління асортиментом, мерчендайзинг	16	2	4			10	16	2	4			10
Тема 8. Електронна торгівля	12	2	2			8	12	2	2			8
Тема 9. Система торговельних послуг та торговельне обслуговування	6	2	2			2	6	2	2			2
Тема 10. Регулювання і контроль діяльності підприємств у сфері торгівлі	6	2	2			2	6	2	2			2
Усього годин	150	20	20			110	150	20	20			110

4.Теми практичних занять:

1. Організація оптового продажу товарів (4 год.).
- 2.Організація товаропостачання і доставки товарів оптовим покупцям агропродовольчої продукції (4 год.).
- 3.Загальні засади організації роздрібної торгівлі (2 год.).
- 4.Організація продажів, управління асортиментом, мерчендайзинг (4 год.).
- 5.Електронна торгівля (2 год.).
9. Система торговельних послуг та торговельне обслуговування (2 год.).
10. Регулювання і контроль діяльності підприємств у сфері торгівлі і (2 год.).

5.Питання для самоконтролю знань аспірантів

1. Методологічні засади організації торгівлі
2. Теоретичні засади організації торгівлі
3. Характеристика основних категорій теорії організації

4. Зміст організації торгівлі
5. Основні принципи організації в торгівлі
6. Загальна характеристика торгівлі як системи
7. Види суб'єктів торговельної діяльності
8. Організаційні моделі у сфері торгівлі
9. Структурна перебудова торгівлі
10. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності
11. Суть і завдання оптової торгівлі
12. Структура та інфраструктура оптової торгівлі
13. Види оптових підприємств та їх класифікація
14. Структура і побудова апарату оптового підприємства
15. Складське господарство оптового підприємства
16. Суть, роль, завдання організації складського господарства
17. Класифікація товарних складів
18. Вимоги до будови та влаштування складів
19. Будова і технологічне планування загальнотоварних складів
20. Будова і технологічне планування спеціальних складів
21. Розрахунок потреби в складській площі і місткості
22. Техніко-економічні показники використання складів
23. Розміщення та оптимальні розміри оптових підприємств
24. Організація оптових закупівель товарів та їх документальне оформлення
25. Маркетингове забезпечення оптових закупівель товарів
26. Форми і методи закупівель товарів у вітчизняного виробника
27. Порядок укладання договорів
28. Зміст договору поставки товарів і обґрунтування його умов
29. Закупівля товарів за державні кошти
30. Особливості закупівель товарів у іноземних фірм
31. Організація торгово-технологічного процесу на підприємствах оптової торгівлі
32. Технологія розвантажування і внутрішньо складського переміщення товарів
33. Організація і технологія приймання, розміщення та зберігання товарів на складах
34. Організація і технологія відбору та відпуску товарів зі складу
35. Механізація й автоматизація технологічного процесу на підприємствах оптової торгівлі
36. Управління торгово-технологічним процесом і наукова організація праці на складі
37. Організація оперативного обліку і контролю за рухом товарів на складі
38. Форми оптового продажу і види оптового обороту
39. Організація продажу товарів зі складу
40. Організація транзитної поставки товарів
41. Особливості дрібнооптового продажу товарів
42. Активізація і стимулювання оптового продажу товарів
43. Організація товаропостачання і доставки товарів оптовим покупцям
44. Визначення потреби в товарах, точки замовлення і порядок оформлення замовлення
45. Технологічні аспекти організації процесу товаропостачання
46. Транспортні засоби та їх вибір для забезпечення транспортно-експедиційних операцій в оптовій торгівлі
47. Роль тари та упаковки в організації торгово-технологічних процесів, основні вимоги, види, якість тари
48. Організація тарних операцій у торговельних підприємствах
49. Обладнання для пакетування і зберігання товарів на оптових підприємствах
50. Підйомно-транспортне обладнання складів та його використання для механізації складських операцій.
51. Класифікація підйомно-транспортного обладнання
52. Вибір підйомно-транспортного обладнання для механізації складських робіт і визначення потреби в ньому

53. Експлуатація підйомно-транспортного обладнання
54. Обладнання для фасування та пакування товарів
55. Організація функціонування оптових аграрних ринків
56. Поняття, склад і структура суб'єктів системи роздрібної торгівлі
57. Види роздрібних торговців та їх характеристика
58. Порядок створення роздрібного торговельного підприємства
59. Організаційні форми роздрібних підприємств
60. Суть, принципи і завдання організації роздрібної мережі
61. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців
62. Територіальне розміщення роздрібної мережі
63. Ефективність функціонування роздрібної мережі
64. Будова і технологічне планування магазинів
65. Улаштування і планування торговельних і неторговельних приміщень
66. Дизайн та імідж магазину
67. Організація торгово-технологічного процесу в магазині
68. Технологія приймання і зберігання товарів у магазинах
69. Розміщування і викладання товарів
70. Ефективність використання торгових площ магазинів
71. Технічне оснащення роздрібних підприємств. Торговельне немеханічне обладнання магазинів
72. Обладнання торгових залів магазинів. Добір торговельного немеханічного обладнання для оснащення магазинів
73. Реєстратори розрахункових операцій і правила їх експлуатації
74. Вимоги до електронних контрольно-касових апаратів. Принципи будови, порядок реєстрації, правила експлуатації ЕККА
75. Характеристика, класифікація і правила експлуатації вимірювального обладнання
76. Загальні принципи будови і характеристика основних видів вагів. Добір і правила експлуатації ваговимірювального обладнання
77. Міри довжини та об'єму, характеристика та правила експлуатації
78. Класифікація та характеристика торговельного холодильного обладнання
79. Розрахунок потреби, принципи добору і правила експлуатації холодильного обладнання
80. Інвентар роздрібного торговельного підприємства
81. Формування асортименту та управління ним у магазині
82. Методи вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах
83. Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту
84. Формування асортименту товарів у магазинах
85. Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів
86. Магазинні методи продажу товарів: зміст, організація, ефективність
87. Психологічні аспекти процесу продажу товарів
88. Дослідження поведінки покупців у роздрібній торгівлі
89. Методи активізації продажу товарів
90. Зміст та завдання мерчандайзингу
91. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів
92. Рекламно-інформаційна робота в магазині як елемент мерчандайзингу
93. Управління комплексом мерчандайзингу
94. Позамагазинні форми продажу товарів
95. Організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі
96. Організація пересувної торгівлі
97. Ярмарково-базарна торгівля
98. Нові сучасні форми позамагазинного продажу товарів
99. Особливі форми продажу товарів
100. Комісійний продаж товарів
101. Роздрібні аукціони

102. Продаж товарів поштою, за електронними каталогами
103. Сутність і зміст електронної торгівлі
104. Системи і форми електронної торгівлі
105. Організація та функціонування Інтернет-магазину
106. Організація торгівлі на ринках
107. Характеристика ринкового господарства і його структурних елементів
108. Організація системи послуг у торгівлі на ринках
109. Особливості організації роботи продовольчих і непродовольчих ринків
110. Система торговельних послуг
111. Формування системи торговельного обслуговування на ринку товарів та послуг
112. Характеристика складових системи торговельного обслуговування
113. Культура торгівлі та показники її рівня
114. Якість обслуговування та її оцінка
115. Засади регулювання і контролю діяльності підприємств у сфері торгівлі
116. Правові та організаційні засади захисту прав споживачів
117. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів
118. Контрольні перевірки додержання правил торговельного обслуговування

6.Методи навчання

Передбачено використання наступних методів навчання:

- вербальні (лекція, пояснення, розповідь, бесіда, інструктаж);
- наочні (спостереження, ілюстрація, демонстрація);
- пояснювально-ілюстративний або інформаційно-рецептивний, який передбачає пред'явлення готової інформації викладачем та її засвоєння студентами;
- репродуктивний, в основу якого покладено виконання різного роду завдань за зразком;
- метод проблемного викладу;
- частково-пошуковий або евристичний;
- дослідницький (розв'язування творчих завдань, проведення аналітичних досліджень, складання графічних схем, таблиць, діаграм, тощо.)

7. Методи контролю

- експрес – опитування на лекціях;
 - опитування на практичних заняттях (письмове, усне, групове й індивідуальне);
 - оцінювання аналітичного проекту;
 - тестові методи перевірки знань.
- Підсумковий і поточний контроль знань:
- поточний контроль: опитування, тестування, виступи; контрольна модульна робота (письмова робота);
 - підсумковий контроль: екзамен.

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання аспірантів відбувається згідно «Положення про екзамени та заліки в НУБіП України».

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	відмінно	зараховано
82-89	добре	
74-81		
64-73	задовільно	
60-63		

9. Рекомендована література

1.Апопій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі: навч. посібник. : <https://www.twirpx.com/file/339551/>

2.Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ. КНТЕУ, 2012. 680 с.

3.Економіка торговельного підприємства. Частина 2. Наочний посібник / Уклад.: Панченко О. П. Київ: НМЦ «Укоопосвіта», 2018. 136 с.

4. Ковальська Л., Кривовязок І. Підприємництво і торгівля: навч. посібник. Київ: Кондор, 2018. 620с.

5.Марцин В.С. Економіка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. - 2-е вид., виправлене і доповнене. К. : Знання, 2008. 603 с.

6.Міжнародна торговельна діяльність: посібник. Рокоча В.В. та ін. Київ: Крок, 2018 689с.

7. Організаційно-правлі питання торговельної діяльності: оптова і роздрібна торгівля URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/749>.

8.Професійні продажі: навчальний посібник / за наук. ред. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2015. 192 с.

9.Статистика оптової та роздрібної торгівлі URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtorg_u.htm

10. Юрко І.В. Організація торгівлі. Довідник працівника продовольчого магазину: навч. посібник. Харків, 2015. 304с.