Рівненський державний гуманітарний університет
факультет документальних технологій, менеджменту, технологій та фізики
кафедра економіки та управління бізнесом

Назва дисципліни	Організація торгівлі
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити /90годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Дейнега Інна Олександрівна
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	http://www.rshu.edu.ua/121-personalii/1222-deineha-inna-oleksandrivna
E-mail викладача:	inna.deineha@rshu.edu.ua
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: формування у здобувачів вищої освіти спеціальних теоретичних знань з питань організації торгівлі та набуття навичок їх практичного використання на підприємствах торгівлі в нових економічних умовах.

Завдання навчальної дисципліни:

- набуття студентами глибоких теоретичних знань з питань розвитку роздрібної торговельної мережі, організації процесу продажу товарів і обслуговування покупців, організації оптової торгівлі та товаропостачання підприємств роздрібної торгівлі, розвитку складської мережі, організації технологічного процесу на складі, організації товарообороту, забезпечення ефективності функціонування торговельних підприємств в умовах конкуренції;
- вивченні зарубіжного досвіду організації торгівлі та критичного осмислення доцільності і можливості його використання в практиці торгівлі України;
- набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності та наслідків управлінських рішень, що приймаються на торговельному підприємстві.

При цьому здобувач вищої освіти набуває вмінь:

- аналізувати закономірності, тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі;
- обґрунтовувати вибір форми та методу продажу товарів;
- виконувати економічні розрахунки показників ефективності використання торгової площі магазинів;
- обґрунтовувати рішення щодо планування торгової зали;
- вирішувати господарські ситуації, пов'язані із вибором джерел товаропостачання, забезпеченням своєчасного надходження товарів, їх прийманням і зберіганням;
- оцінювати ефективність діяльність торговельного підприємства з врахуванням забезпечення якості торговельного обслуговування;
- вишукувати резерви підвищення якості торговельного обслуговування.

Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня

вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Очікувані результати навчання

Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності

Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Організація торгівлі» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: «Товарознавство непродовольчих товарів», «Товарознавство продовольчих товарів», «Експертиза товарів та послуг», «Естетика товарів та дизайн».

Перелік тем

Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі

Тема 2. Роздрібна торговельна мережа

Тема 3. Устрій магазинів і організація торгово-технологічного процесу

Тема 4. Організація процесу продажу товарів та обслуговування покупців у магазинах

Тема 5. Позамагазинні форми продажу товарів

Тема 6. Організація оптової торгівлі

Тема 7. Технологія товаропостачання роздрібної мережі

Тема 8. Складська мережа

Тема 9. Технологія складських операцій

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Нормативна література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV// URL: www.zakon.rada. gov.ua

2. Державний стандарт України „Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення». − К.: Держстандарт України, 2004.

3. Про споживчу кооперацію: Закон україни // URL: www.zakon.rada. gov.ua

4. Методичні рекомендації про атестацію об'єктів роздрібної торгівлі та порядок віднесення їх до певних атестаційних категорій, затв.наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 19.09.2002р. №276 URL: // www.zakon.rada. gov.ua

5. Програма розвитку внутрішньої торгівлі: затв.Постановою Кабінету Міністрів України від 15 черв. 2009 р., № 632 // URL: www.zakon.rada. gov.ua

6. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, затв. Постановою КМУ від15.06.2006 р. №833// URL: www.zakon.rada. gov.ua

7. Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі, затв. Наказом МЗЕЗ торгу від 08.07.96р №369// www.zakon.rada. gov.ua

8. Правила продажу продовольчих товарів, затв. Наказом МЗЕЗ від 28.12.94р №237// URL: www.zakon.rada. gov.ua

9. Правила продажу непродовольчих товарів, затверджено наказом МЗЕЗ торгу від 27.05.96р №294// URL: www.zakon.rada. gov.ua

10.Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затверджено наказом Мінекономіки від 19.04.07 N 103//www.zakon.rada. gov.ua

11. Правила торгівлі на ринках, затв. Наказом МЗЕЗ торгу від 12.03.96 №157// www.zakon.rada. gov.ua

12. Рекомендації щодо організації продажу товарів за зразками, затв. Наказом Мінекономіки від 20.07.00 №152// URL: www.zakon.rada. gov.ua

13. Рекомендації щодо роботи фірмового магазину, затв. Наказом Мінекономіки від 18.01.01 №12// URL: www.zakon.rada. gov.ua

14. Рекомендації щодо організації продажу товарів методом самообслуговування, затв. Наказом Мінекономіки №153 від 20.07.02// URL: www.zakon.rada. gov.ua

Основна література

15. Апопій В.В. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. – 3-тє вид./ В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький. К.: ЦУЛ, 2009. 628 с.

16. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с. http://surl.li/dbnop

17. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с. http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/nayka/monography/bozulenko_2021.pdf

18. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підруч. для студ.вищ. навч. закл. – 2-ге вид. К. : КНТЕУ, 2012. 679 с.

19. Голошубова Н. О. Організація і технологія торгівлі спожитковими товарами : навч. посіб. К. : КНТЕУ, 2010. 272 с.

20. Технологія й обладнання підприємств торгівлі /В. М. Ребіцький, Я. М.Антонюк, П. Ю. Балабан та ін. К.: Либідь, 2006. 304 с.

Допоміжна література

21. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: навч.посібник /А.М. Виноградська, 2006. – 780с.

22. Електронна комерція /А. Береза, І. Козак, Ф. Левченко та ін. К.: КНЕУ, 2002. 326 с.

23.Шимко О. В. Мерчандайзинг у системі управління торговельним підприємством. Бізнес Інформ. 2020. №1. С. 383–390.

24.Шимко О. Бенчмаркінг як маркетинговий інструмент забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Бізнес Інформ. 2021. №10. С. 387–392.

25.Шимко О. В. Омнікальність як маркетинговий інструмент забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Бізнес Інформ. 2022. №1. С. 387–392.

Інформаційні ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ: URL: http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/

2. Бізнес-портал: URL: http://www.buziness.info
3. Загальноекономічний глосарій : URL: http:// www.ssu-ekonomika.net
4. Законодавство України : URL: http:// www.zakon.rada.gov.ua
5. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України: URL: http:// www.me.gov.ua
6. Роздрібні торговельні підприємства України: URL: http:// www.retail.ru/ua

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

-комунікації та опитувань;
-виконання домашніх завдань;
-виконання завдань самостійної роботи;
-проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання *	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	**Р 2**	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	**Р 2**	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9

			відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	МН7	МО10
ЗК12.	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	**Р11**	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК 5.	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	**Р6**	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
		Р11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК 11.	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	**Р2**	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10

***** МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб- орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

****** МО1 – екзамени; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквіум; МО4 – тестування; МО5 – командні проєкти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота									ІНДЗ	МК	Сума
Модуль 1											
Змістовний модуль 1					Змістовний модуль 2						
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	7+10	20	100
7	7	7	7	7	7	7	7	7			

Критерії оцінювання рівня підготовки здобувачів

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	Рівень компетентності	Критерії оцінювання
90-100	зараховано	A	Високий (творчий)	Здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить джерела інформації, використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді
82-89		B	Достатній (конструктивно-варіативний)	Здобувач вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна
74-81		C		Здобувач вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи на підтвердження власних думок
67-73		Д	Середній (репродуктивний)	Здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих
60-66		E		Здобувач володіє матеріалом, вищому за початковий, значну частину його відтворює на продуктивному рівні
35-59	не зараховано з можливістю повторного складання	FX	Низький (рецептивно-продуктивний)	Здобувач володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становить незначну частину навчального матеріалу
<35	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F		Здобувач володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи

іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.