

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ
ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____

галузь знань _____
(шифр і назва)

спеціальність _____
(шифр і назва)

освітня програма _____
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид
дисципліни _____ вибіркова _____
(обов'язкова / за вибором)

інститут _____ ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія» _____

2025/2026 навчальний рік

ВСТУП

Силабус навчальної дисципліни «Організація торгівлі».

(назва рівня вищої освіти)

спеціальності _____

спеціалізації _____

Інформація про кафедру	Кафедра <u>маркетингу та торговельного підприємництва</u> Department of Marketing and Trade Entrepreneurship сайт кафедри http:// mtp.uipa.edu.ua/
Інформація про викладача	1. кандидат технічних наук, доцент Пак Аліна Володимирівна посилання на профайл викладача: http://mtp.uipa.edu.ua/category/sklad-kafedri-1/ ; електронна пошта: alina.pak@karazin.ua
Сторінка дисципліни в системі дистанційного навчання	https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=10674
Консультації з викладачем	Он лайн консультації: 1. кандидат технічних наук, доцент Пак Аліна Володимирівна понеділок 16.00 -17.00 за посиланням https://meet.google.com/vhb-mshe-uvf

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Торгівля – це одна з найважливіших сфер економічної діяльності, від якої значною мірою залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність у глобалізованому світі. Ефективне функціонування сфери торгівлі, задоволення попиту на товари та послуги, забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств і рівень розвитку сфери торговельного підприємництва значною мірою залежать від якості підготовки майбутніх фахівців.

Мета викладання навчальної дисципліни «Організація торгівлі» є формування у студентів спеціальних теоретичних знань з питань організації торгівлі та набутті навичок їх практичного використання на підприємствах торгівлі в сучасних умовах господарювання.

Вивчення даного курсу забезпечує набуття знань про основи функціонування товарного ринку, види торговельних підприємств, процеси товаропросування, логістику, організацію торговельного обслуговування споживачів, а також правові та нормативні засади ведення торгівлі.

Опанування дисципліни дозволяє здобувачам вищої освіти сформувати практичні навички ведення торговельної діяльності, прийняття управлінських рішень у сфері торгівлі, орієнтування в сучасних ринкових умовах, а також підвищити їх конкурентоспроможність як майбутніх фахівців.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- формування наукового світогляду на місце торгівлі в економіці країни та глобальному ринковому середовищі;
- засвоєння основних термінів та понять організації торгівлі на рівні їх відтворення і тлумачення;
- здобуття навичок та елементарних умінь застосовувати їх у практичній діяльності для підвищення конкурентоспроможності фахівця в галузі торгівлі;
- формування у студентів навичок обґрунтування конкурентоспроможності та економічної цілеспрямованості діяльності підприємств торгівлі (стратегій, концепцій, проектів); розвиток комплексу аналітичних, прогностичних, інноваційних здібностей, необхідних майбутньому спеціалісту для формування ефективної роботи торговельних підприємств і організацій в сучасній ринковій системі.

1.3. Кількість кредитів

6

1.4. Загальна кількість годин

180

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	

Семестр	
5-й	
Лекції	
40 год.	
Практичні, семінарські заняття	
50 год.	
Лабораторні заняття	
Самостійна робота	
90 год.	

Заплановані результати навчання:

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність до адаптації та дій в новій ситуації;
- здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту;
- здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту;
- здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
- застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації;
- демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні основи курсу

Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі

Сутність і зміст поняття «торгівля», її виникнення та еволюція. Об'єкт і предмет дисципліни «Організація торгівлі». Функції та завдання дисципліни з формування цілісної системи знань, умінь та навичок студентів.

Тема 2. Організаційна та функціональна структура торгівлі

Теоретичні основи організації торгівлі. Суб'єктний склад сфери торгівлі. Організаційна структура сфери торгівлі та характеристика її основних складових елементів. Типологія організацій торгівлі. Організаційні форми торгівлі. Організаційно-правові форми підприємств торгівлі в умовах ринкової економіки. Функціональна структура торгівлі. Соціальні форми торгівлі і перспективи їх розвитку в умовах ринкових відносин. Інноваційний розвиток торгівлі як важлива передумова ефективного функціонування сфери товарного обігу.

Тема 3. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі

Поняття, роль і сутність оптової та роздрібно торгівлі в умовах ринку. Роздрібні торговельні об'єкти: їх класифікація та види. Визначальні фактори розвитку роздрібно торгової мережі. Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібно торгової мережі. Види дистанційної та немагазинної торгівлі, їх роль у розвитку торговельних операцій. Типи магазинів та їхніх об'єднань. Принципи розміщення роздрібних торговельних підприємств. Методичні підходи щодо визначення потреби у торгових об'єктах та їх розміщення. Організація торговельної мережі в зарубіжних країнах. Вимоги до організації діяльності підприємств роздрібно торгівлі.

Тема 4. Основи проектування і будівництва магазинів та організація торговельно-технологічних процесів

Організація проектування, будівництва, реконструкції та ремонту торговельних об'єктів. Зміст торговельно-технологічного процесу в магазині. Класифікація торгових приміщень, основні вимоги до їх облаштування. Організація процесу продажу товарів і обслуговування покупців у магазинах. Поняття та зміст культури торгівлі. Вимоги до облаштування та планування торговельного залу магазину. Формування асортименту товарів у магазині. Класифікація

торговельних послуг. Техніко-економічні показники використання приміщень.

Тема 5. Позамагазинні форми роздрібного продажу товарів

Позамагазинні форми роздрібного продажу товарів: організація торгівлі на ринках, організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговій мережі, позамагазинні форми роздрібного продажу товарів на замовлення покупців. зарубіжний досвід розвитку напівстаціонарної та пересувної дрібнороздрібної торговельної мережі. Посилкова торгівля. E-commerce.

Тема 6. Організація торговельного обслуговування покупців.

Порядок здійснення торговельної діяльності. Основний зміст нормативних актів, які регулюють торговельну діяльність. Основні правила роботи магазинів, дрібно роздрібної торговельної мережі, фірмових магазинів, магазинів-салонів. Правила продажу основних груп продовольчих і непродовольчих товарів. Захист прав споживачів у торгівлі. Гарантії прав споживачів щодо якості товарів, послуг в торгівлі. Правила і порядок повернення та/або обміну товарів. Державний і громадський контроль за виконанням нормативних актів щодо забезпечення належного торговельного обслуговування населення. Контроль діяльності підприємств торгівлі. Органи захисту прав споживачів у системі контролю за діяльністю підприємств торгівлі.

Тема 7. Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі.

Сутність та поняття «оптова торгівля», «посередницька діяльність», «оптовий посередник», «оптовий торговий посередник». Визначальні фактори необхідності і подальшого розвитку оптових торгових та інших посередників, їхні функції. Сутність і завдання оптової торгівлі в умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки. Місце товарних бірж і аукціонів в оптовій закупівлі споживчих товарів. Форми оптових закупівель товарів. Договірні відносини при оптових закупівлях.

Тема 8. Види посередників в оптовій торгівлі та їхні функції

Законодавчо-нормативна база, що регулює взаємовідносини постачальників товарів та оптових покупців: Господарський кодекс України, Міжнародні правила «Інкотермс» та ін.

Види оптових посередників в оптовій торгівлі.
Функції та послуги посередників оптової ланки.

Розділ 2. Організаційно-економічні аспекти функціонування торговельних підприємств

Тема 1. Організація товаропостачання роздрібною торговою мережею

Сутність і основні вимоги до організації товаропросування. Принципи товаропостачання роздрібних торговельних об'єктів. Господарські зв'язки суб'єктів роздрібною торгівлі з постачальниками товарів. Організаційні форми оптового продажу і закупівлі товарів. Організація товароруку.

Тема 2. Складська мережа

Поняття складу. Роль складів у процесі товаропросування, їх класифікація і види. Функції і види складів. Типи складів. Методичні підходи щодо визначення потреби у складах та їх розміщення.

Тема 3. Організація технологічних процесів на складах

Складові елементи технологічного процесу і види приміщень на складі. Приймання товарів на складі. Зберігання товарів на складі. Комплектування партій товарів і відпуск їх зі складу. Організація праці на складах.

Тема 4. Організація і технологія тарних операцій в торгівлі

Роль упаковки (тари) в процесі обігу товарів. Класифікація та основні види тари. Стандартизація, уніфікація і маркування тари. Організація товарообороту. Тенденції розвитку світової пакувальної індустрії. Шляхи розвитку пакувальної галузі України та скорочення витрат і втрат по упаковці.

Тема 5. Організація перевезень торговельних вантажів і транспортно-експедиторського обслуговування

Роль транспорту у перевезенні товарів та його види. Організація управління транспортом. Планування перевезень товарів. Організація перевезень вантажів різними видами транспорту. Транспортно-експедиторське обслуговування підприємств торгівлі.

Тема 6. Торговельні мережі

Сутність та класифікація торговельних мереж. Конкурентні переваги корпоративних торговельних мереж. Передумови розвитку торговельних мереж в Україні. Основні етапи формування торговельних мереж у розвинутих країнах світу. Тенденції і перспективи розвитку торговельних мереж.

Сутність та класифікація власних торговельних марок. Основні переваги, ризики та фактори успіху власних торговельних марок. Основні етапи організації роботи торговельної мережі з власними торговельними марками. Стратегії позиціонування власних торговельних марок. Поняття та сутність торговельних центрів та їх мереж. Класифікація торговельних центрів та їх мереж.

Тема 7. Добровільні об'єднання у торгівлі

Види добровільних об'єднань у торгівлі та принципи їх формування. Управління розвитком закупівельного союзу. Вихідні умови створення закупівельного союзу. Сутність,

класифікація і мотиви створення стратегічних альянсів у торгівлі. Види альянсів у торгівлі.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьог о	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с. р.		л	п	лаб	інд	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теоретичні основи курсу												
Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі	9	2	2			5						
Тема 2. Організаційна та функціональна структура торгівлі	15	2	4			7						
Тема 3. Організаційні основи функціонування роздрібно торгівлі	13	4	2			7						
Тема 4. Основи проектування і будівництва магазинів та організація торговельно-технологічних процесів	9	2	4			5						
Тема 5. Позамагазинні форми роздрібного продажу товарів. E-commerce.	15	4	4			7						
Тема 6. Організація торговельного обслуговування покупців.	9	2	2			5						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 7. Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі.	14	4	4			6						
Тема 8. Види посередників в	12	2	4			6						

оптовій торгівлі та їхні функції												
Разом за розділом 1	96	2 2	2 6									
Розділ 2. Організаційно-економічні аспекти функціонування торговельних підприємств												
Тема 1. Організація товаропостачання роздрібною торговою мережі	15	4	4			7						
Тема 2. Складська мережа	13	2	4			7						
Тема 3. Організація технологічних процесів на складах	9	2	2			5						
Тема 4. Організація і технологія тарних операцій в торгівлі	9	2	4			5						
Тема 5. Організація перевезень торговельних вантажів і транспортно-експедиторського обслуговування	14	2	4			6						
Тема 6. Торгівельні мережі	15	4	4			7						
Тема 7. Добровільні об'єднання у торгівлі	9	2	2			5						
Разом за розділом 2	84	1 8	2 4									
Усього годин	180	4 0	5 0			9 0						

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1	Дослідження діяльності торгового підприємства	2
2	Розробка концепції та моделі структурно-територіальної організації роздрібною торговельною мережі у новому житловому районі міста.	4
3	Розробка організаційної структури підприємства торгівлі.	2
4	Дослідження процесу організації роздрібною торгівлі на підприємстві	2
5	Будова і технологічне планування магазинів роздрібною торгівлі.	4
6	Аналіз товарного асортименту роздрібного підприємства	4
7	Основні поняття електронної комерції. Тенденції розвитку E-commerce в Україні	4
1	2	3

8	Організація обслуговування покупців через дрібнороздрібну торговельну мережу та правила продажу товарів.	2
9	Правила торговельного обслуговування населення (кейси) та захист прав споживачів у торгівлі.	4
10	Аналіз структури оптової торгівлі та визначення в ній місця стосовно досліджуваного підприємства.	4
11	Організація складського господарства оптового підприємства.	4
12	Організація оптових закупівель товарів та їх документальне оформлення	4
13	Штрихове кодування та порядок розрахунку контрольної точки.	2
14	Порядок укладання договорів на перевезення товарів автомобільним транспортом.	4
15	Розроблення програми контролю якості у магазинах корпоративної торговельної мережі. Розробіть проект створення власної торговельної марки для мережі гіпермаркеті.	4
	Разом	50

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	2	3
1	Закони, на яких базується теорія організації. Принципи організаційних процесів	5
2	Соціальні форми торгівлі і перспективи їх розвитку в умовах ринкових відносин. Державне регулювання та підтримка розвитку внутрішньої торгівлі України. Ліцензування та патентування торговельної діяльності.	7
3	Методичні підходи щодо визначення потреби у торговельних об'єктах та їх розміщенні.	7
4.	Вимоги до організації процесу продажу товарів і обслуговування покупців у магазинах самообслуговування. Методи боротьби з крадіжками товарів у магазинах самообслуговування: вітчизняний та зарубіжний досвід.	5
5	Сутність та правила продажу товарів на замовлення покупців. Правила продажу товарів поштою. Зарубіжний досвід розвитку продажу товарів на замовлення покупців.	7
6	Правові аспекти ведення електронної комерції та аналіз організаційно-правового забезпечення електронної комерції у вітчизняному та міжнародному правовому полі. Тенденції розвитку електронної комерції в Україні.	5
7	Державний і громадський контроль за виконанням нормативних актів щодо забезпечення належного торговельного обслуговування населення. Культура торгівлі і фактори, що її обумовлюють. Захист прав споживачів	6

1	2	3
8	Сутність і завдання оптової торгівлі в умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки. Місце товарних бірж і аукціонів в оптовій закупівлі споживчих товарів. Досвід організації оптової торгівлі за кордоном.	6
9	Законодавчо-нормативна база, що регулює взаємовідносини постачальників товарів та оптових покупців: Міжнародні правила «Інкотермс», Господарський кодекс України та ін.	7
10	Принципи раціональної організації товаропостачання. Господарські зв'язки суб'єктів роздрібної торгівлі з постачальниками товарів.	7
11	Методичні підходи щодо визначення потреби у складах та їх розміщення.	5
12	Організація товарообороту. Тенденції розвитку світової пакувальної індустрії. Шляхи розвитку пакувальної галузі України та скорочення витрат і втрат по упаковці.	5
13	Особливості організації перевезення товарів водним і авіаційним транспортом.	6
14	Основні етапи організації роботи торговельної мережі ч власними торговельними марками. Стратегії позиціонування власних торговельних марок.	7
15	Класифікація і мотиви створення стратегічних альянсів у торгівлі. Види альянсів у торгівлі.	5
	Разом	90

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання з дисципліни (реферати, , контрольні роботи, що виконуються під час аудиторних занять та самостійної роботи,) сприяють більш поглибленому вивченню теоретичного матеріалу, формуванню вмінь використання знань для вирішення відповідних практичних завдань.

Згідно робочого плану передбачено написання реферату. Індивідуальні завдання виконуються особою, яка навчається, самостійно із одержанням необхідних консультацій з боку науково-педагогічного працівника.

Теми рефератів:

1. Соціально-економічна суть і роль торгівлі в умовах ринкової економіки
2. Виникнення та генезис торгівлі в умовах ринкової економіки
3. Методологічні основи дослідження організації і технології торгівлі
4. Розвиток електронної торгівлі в Україні.
5. Структурна перебудова торгівлі України в умовах ринкової економіки
6. Сучасні проблеми організації системи товаропросування.
7. Проблеми вибору оптимальних форм товаропросування в умовах ринкового середовища
8. Основні напрями розвитку НТП у зарубіжній торгівлі
9. Проблеми розвитку та управління НТП в умовах ринкової економіки
10. Реформування соціальної структури торгівлі в Україні в період ринкових відносин

11. Різноманіття форм суб'єктів торговельної діяльності в Україні
12. Організаційні моделі у сфері торгівлі у вітчизняній та зарубіжній торгівлі
13. Оптова торгівля – основний складовий елемент оптового ринку
14. Тенденції розвитку оптових підприємств у ринковій економіці (за матеріалами економічно розвинутих країн)
15. Роль і проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі в умовах ринкових відносин (за матеріалами України)
16. Особливості господарсько-торгівельної діяльності підприємств дрібнооптової торгівлі
17. Організація оптових закупівель товарів на оптових ярмарках (торгово-промислових виставках, ярмарках, виставках, виставках-салонах) в Україні
18. Порівняльна характеристика основних джерел оптових закупівель продовольчих (непродовольчих) товарів в Україні
19. Сучасна практика організації оптових закупівель товарів провідними торговельними фірмами (за матеріалами зарубіжної торгівлі)
20. Організація оптового продажу товарів підприємствами оптової торгівлі
21. Тенденції розвитку оптових підприємств у ринковій економіці (за матеріалами аналізу розвитку оптової торгівлі в економічно розвинутих країнах)
22. Напрямки розвитку складського господарства у зарубіжній торгівлі
23. Сучасні тенденції організації складських операцій (за матеріалами зарубіжної торгівлі)
24. Напрями удосконалення складського технологічного процесу на складах оптових підприємств
25. Організаційно-економічні і техніко-технологічні принципи зберігання товарів та їх реалізація на складах оптових підприємств
26. Розвиток автоматизованих складів у зарубіжній торгівлі
27. Сучасні тенденції і проблеми розвитку системи товаропостачання у споживчій кооперації України
28. Проблеми організації централізованої доставки товарів з гуртових підприємств в умовах ринкової економіки
29. Вітчизняний та зарубіжний досвід індустріалізації технологічних схем товаропостачання роздрібною торгівлі
30. Шляхи удосконалення управління товаропостачанням роздрібною торговельною мережі
31. Основні напрями та проблеми удосконалення транспортного обслуговування торгівлі
32. Роль та ефективність окремих видів транспорту у перевезеннях торговельних вантажів
33. Сучасні тенденції розвитку автомобільних перевезень торгових вантажів у зарубіжній торгівлі
34. Основні напрями удосконалення транспортно-експедиційного обслуговування підприємств торгівлі у ринковій економіці
35. Проблеми і перспективи використання окремих видів тари в торгівлі (за матеріалами вітчизняної та зарубіжної торгівлі)
36. Напрямки і резерви підвищення ефективності тарних операцій в торгівлі (за матеріалами провідних торговельних систем)
37. Соціально-економічне значення роздрібною торгівлі в умовах ринку
38. Сучасні проблеми розвитку кооперативної роздрібною торгівлі в Україні
39. Організаційні структури торговельних фірм (за матеріалами зарубіжної торгівлі)

40. Сучасні напрями і тенденції розвитку торговельних мереж у сфері обігу (за матеріалами торговельних систем України, зарубіжних країн)
41. Напрями та проблеми формування стратегії роздрібної торгівлі в умовах ринкової економіки (за матеріалами торговельних систем України, зарубіжних країн)
42. Перспективні типи підприємств у роздрібній торгівлі (за матеріалами зарубіжної торгівлі)
43. Роздрібна торговельна мережа споживчої кооперації: роль, проблеми, напрями розвитку в
ринковому середовищі
44. Проблеми та перспективи розвитку мережі спеціалізованих роздрібних торговельних підприємств в
умовах перехідної економіки
45. Прогресивні рішення у проектуванні та будівництві підприємств роздрібної торгівлі
46. Зарубіжний досвід проектування та дизайну підприємств роздрібної торгівлі
47. Об'ємно-планувальні та конструктивні рішення сучасних магазинів (за матеріалами вітчизняної та зарубіжної торгівлі)
48. Інтер'єр та рекламне оформлення сучасних магазинів (за матеріалами вітчизняної та зарубіжної торгівлі)
49. Сучасні проблеми організації вивчення попиту на продовольчі (непродовольчі) товари у роздрібній торгівлі
50. Напрями і тенденції формування асортименту товарів у сучасних магазинах (за матеріалами вітчизняної та/або зарубіжної торгівлі)
51. Економічні проблеми формування асортименту товарів у магазинах в умовах конкуренції
52. Сучасні проблеми організації і технології продажу товарів і обслуговування покупців у магазинах
53. Соціально-економічне значення впровадження та застосування прогресивних методів продажу товарів у магазинах
54. Зарубіжний досвід організації розміщування та викладання товарів у торгових залах магазинів
55. Управління торгово-технологічними процесами сучасних магазинів як засіб підвищення їх конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг
56. Стан і проблеми організації позамагазинних форм продажу товарів в Україні
57. Сучасний стан та проблеми розвитку посилкової торгівлі в Україні
58. Нормативно-правове регулювання торговельної діяльності в Україні
59. Розвиток і регламентація фірмової торгівлі в Україні в сучасних умовах

7. Методи навчання

У залежності від виду занять використовуються такі методи:

- на лекціях – різні види бесід, розповідь, пояснення, лекція; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний та метод проблемного викладу; ілюстрація та демонстрація;
- на практичних заняттях – тестування, виконання практичних завдань, моделювання й аналіз практичних ситуацій (кейсів), мікровикладання;

– у ході самостійної навчально-пізнавальної діяльності – вивчення навчальної та наукової літератури; аналіз, систематизація, класифікація, конспектування освітньої інформації; виконання практичних завдань, пошук відповідей на запитання, складання таблиць.

8. Методи контролю

Поточний контроль проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних, семінарських заняттях, лекціях, виступів здобувачів вищої освіти при обговоренні питань на семінарських заняттях, експрес-опитування, тестовий контроль тощо.

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання студентів за семестр, яке здійснюється в університеті у формі екзамену.

Оцінкою підсумкового семестрового контролю є сума балів, набраних здобувачем вищої освіти протягом семестру при виконанні контрольних заходів, передбачених програмою навчальної дисципліни (практики) та балів, набраних ним при складанні семестрового екзамену (виконанні підсумкової залікової роботи).

Робочий навчальний план передбачає складання семестрового екзамену, максимальна сума балів, які здобувач вищої освіти може набрати протягом семестру, дорівнює 60, а максимальна сума балів семестрового екзамену – 40. Загальна кількість балів за роботу протягом семестру округлюється до найближчого цілого числа.

Критерії оцінювання здобувачів вищої освіти за виконання індивідуального завдання (реферат)

Реферат студента складається з опрацювання теоретичного питання за обраною темою – 10 балів.

Виконання завдань оцінюється за такими критеріями:

- повнота й ґрунтовність викладу;
- аргументованість тверджень;
- суб'єктне усвідомлення змісту;
- термінологічна коректність;
- повнота й ґрунтовність висновків.

9. Схема нарахування балів

Приклад для підсумкового семестрового контролю при проведенні семестрового екзамену

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання																Екзам ен (залік ова робот а)	Сума	
Розділ 1								Розділ 2							Інди відуа льне завда ння			Разом
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Р			
3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	10	60	40	

T1, T2 ... – теми розділів.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

1. Лекції з дисципліни «Організація торгівлі»: для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 137 с. Режим доступу: http://elibrary.donnuet.edu.ua/921/1/Rozhenko_2017-3.pdf
2. Пак А. В., Курилова Н. М. Практикум з навчальної дисципліни Організація торгівлі для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти./ автори А. В. Пак, Н. М. Курилова – Харків: ХТЕІ УІПА, Стиль-Іздат. – 2021. – 80 с.
3. Муромець Н. Є., Бервено О. В. Організація торгівлі методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни для студентів спеціальності 075 Маркетинг, 051 «Економіка підприємств», 073 «Менеджмент організацій», 076 «Товарознавство та комерційна логістика»/ Н. Є. Муромець, О. В. Бервено. – Харків, ХТЕІ КНТЕУ, 2016. – 74 с.

Основна література

1. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
2. Балджи М. Д. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник / М. Д. Балджи, І. А. Допіра, В. О. Однолько ; за ред. М. Д. Балджи. – Київ : Кондор, 2017. – 368 с.
3. Прохорова, В. В. Організація виробництва: навч. посібник/ В. В. Прохорова, О. Ю. Давидова; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 276 с.: табл., рис. - Бібліогр.: с. 256-259 (43 назви). - ISBN 978-617-7675-00-5
4. Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ / Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>. – Станом на 05.09.2020 – Назва з екрана.
5. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 16.01.2003 436-IV / Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. (дата звернення 05.09.2024 р.).

Допоміжна література

1. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підручник / Н. О. Голошубова. – Київ. : КНТЕУ, 2012. – 680 с.
2. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та їх визначення: ДСТУ 4303:2004 : Національний стандарт України – Київ : Держспоживстандарт України, 2005. – 30 с. –

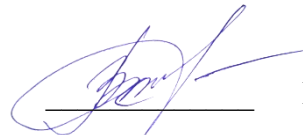
3. Височин І. В. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі : монографія / І. В. Височин. – Київ : КНТЕУ, 2012. – 544 с.
4. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / А. А. Мазаракі, В. Д. Лагутін, А. Г. Герасименко [та ін.] – Київ : КНТЕУ, 2016. – 864 с.
5. Апопій В. В. Організація торгівлі: підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук. – Київ : Центр навчальної літератури, 2009. – 632 с.
6. Оптова торгівля в Україні : монографія / Мазаракі А. А., Богославець Г. М., Трубей О. М., Носуліч А. М. – Київ : КНТЕУ, 2016. – 208 с.
7. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України № 36 від 4 липня 2002 р. // Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. – Станом на 05.09.2020 – Назва з екрана.
8. Babenko V. Analysis of the current state of development of electronic commerce market in Ukraine / V Babenko., O. Syniavska // Technology audit and production reserves. – 4(43). – 2018. – P. 164-172.
9. Голошубова Н. О. Організація і технологія торгівлі спожитковими товарами : навчальний посібник / Н. О. Голошубова. – Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2007. – 272 с.
10. Підприємницькі мережі в торгівлі / Голошубова Н. О., Кавун О. О., Торопков В. М., Бегларашвілі О. П., Григоренко Т. М. ; за ред. Голошубової Н. О.. – Київ : КНТЕУ, 2014. – 344 с.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Сайт дистанційної освіти УПА: <https://moodle.karazin.ua/>
2. <https://zakon.rada.gov.ua>
3. <https://www.retaildive.com/>

Зміст силабусу відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Завідувач кафедри маркетингу та
торговельного підприємництва



Вікторія ЧОБИТОК