

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
Економічний факультет
Кафедра економіки та управління підприємством

УПРАВЛІННЯ ТОРГОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

ПРОГРАМА

вибіркової навчальної дисципліни

підготовки бакалаврів

спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Дніпро - 2017 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Рябик Ганна Євгенівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління підприємством.

Обговорено та схвалено науково-методичною комісією за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

«25» квітня 2017 року, протокол № 8

ВСТУП

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Управління торговим підприємством» складена відповідно до Освітньо-професійної програми за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, що затверджена Вченою радою Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара (протокол від 26.04.2017 р. №12).

Предметом вивчення навчальної дисципліни є механізм управління сукупністю відносин, які виникають в процесі просування товарів та послуг від виробника до споживача в контексті забезпечення конкурентоспроможності.

Міждисциплінарні зв'язки: Дисципліна «Управління торговим підприємством» досліджує зміст, завдання й економічні принципи управління підприємствами сфери послуг, а також шляхи вдосконалення управління торговими підприємствами в контексті підвищення конкурентоспроможності на споживчому ринку товарів та послуг. Дисципліна «Управління торговим підприємством» перебуває у взаємозв'язку з іншими науками і вивчається одночасно з курсами: «Потенціал і розвиток підприємства», «Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків», «Проектний аналіз» тощо.

Програма навчальної дисципліни «Управління торговим підприємством» складається з таких змістових модулів:

1. Концепція управління в торгівлі
2. Управління діяльністю торгових підприємств в контексті забезпечення їх конкурентоспроможності.

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Управління торговим підприємством» є формування у студентів сучасного економічного мислення, набуття та систематизація знань в області управління торгівлею в сучасних умовах господарювання, ознайомлення з базовими поняттями, принципами та методами ефективного управління торговими підприємствами України.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни «Управління торговим підприємством» - опанувати теоретичні основи управління підприємствами сфери послуг; розкрити питання практичного управління в торгівельному бізнесі; з'ясувати сутність та принципи здійснення оптової торгівлі, принципи формування асортименту товарів, а також сутність та види роздрібною торгівлі; розглянути основні показники, що характеризують результативність торговельної діяльності.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- сутність, цілі, завдання та види торгівлі як галузевої економічної системи;
- сутність управління діяльністю підприємств торгівлі;
- теоретичні основи стратегічного управління;
- сутність поняття «оптова торгівля» та принципи формування асортименту

товарів;

— сутність роздрібного товарообороту, визначення поняття «стимулювання» та роль стимулювання продажів у механізмі просування товарів.

вміти:

– використовувати різноманітні принципи формування асортименту товарів;

– проводити аналіз концентрації ринку товарів та послуг;

– визначати еталонні стратегії та обирати найбільш ефективну стратегію подальшого розвитку торгового підприємства;

– застосовувати на практиці різні засоби стимулювання збуту та оцінювати їх вплив на результати торгівельної діяльності;

– проводити комплексну оцінку ефективності діяльності суб'єктів торгівлі.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 годин / 4 кредити ЄКТС.

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ В ТОРГІВЛІ

Тема 1. Торгівля – важлива складова сучасного бізнесу

Поняття, сутність та роль торгівлі. Фахівець з торгівлі та його основні функції. Торгівельна діяльність та підприємництво. Мета торгівлі в сфері товарного обороту. Історія розвитку торгівлі. Об'єкт та суб'єкт торгівлі. Види і класифікація юридичних осіб.

Види та функції торгівлі. Функції, що виконує оптова торгівля щодо клієнтів-покупців. Функції, що виконує оптова торгівля щодо клієнтів-постачальників. Напрямок розвитку оптової торгівлі. Основні тенденції розвитку торгівлі на сучасному етапі

Позамагазинні форми торгівлі. Дрібно-роздрібна стаціонарна та пересувна мережа. Торгові автомати. Ярмарки і базари. Мережевий маркетинг. Посилкова торгівля. Електронна торгівля.

Особливості функціонування торговельних підприємств в Україні. Необхідності розширення сфери діяльності торгових підприємств. Динаміка роздрібного товарообороту. Динаміка розвитку торгових підприємств України.

Тема 2. Теоретичні засади управління в торгівлі

Сутність та зміст управління у торгівлі. Характеристики торгового менеджменту. Концепція управління торговим підприємством. Основні завдання управління торговим підприємством. Сфери застосування управління торговим підприємством. Класифікація функцій управління в торгівлі.

Інтеграція та диверсифікація діяльності в управлінні торговими підприємствами. Визначення поняття «узгодження». Цільовий підхід до управління торговельною діяльністю. Процесний підхід до управління. Системний підхід до управління. Ситуаційний підхід до управління. Диверсифікація торгового менеджменту. Класифікація типів управління торговими підприємствами.

Торгове підприємство як об'єкт управління. Особливості торгового підприємства як об'єкту управління. Фази розвитку торгового підприємства.

Технологія та чинники вибору організаційно-правової форми торгівельної діяльності. Види торгових підприємств: індивідуальне торгове підприємство; партнерське торгове підприємство; корпоративне торгове підприємство. Етапи вибору йно-правової форми торгового підприємства.

Тема 3. Стратегічне управління торговим підприємством

Теоретичні засади стратегічного управління торговим бізнесом. Сутність поняття «стратегічне управління». Характеристика стратегічного управління. Структура стратегічного управління торговим підприємством. Визначення місії торгового підприємства.

SWOT-аналіз як інструмент вибору та розробки стратегії подальшого розвитку торгового підприємства. Сутність та мета застосування SWOT-аналізу. Аналіз внутрішнього середовища підприємства. Аналіз зовнішнього оточення. Аналіз можливостей і загроз, сильних та слабких сторін підприємства в сфері торгівлі.

Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності торгового підприємства. Морфологічна матриця еталонних стратегій забезпечення довгострокової конкурентоспроможності торгового підприємства. Характеристика еталонних стратегій забезпечення КСП. Вибір стратегії подальшого розвитку підприємства торгівлі.

Тема 4. Антикризове управління торговим підприємством

Теоретичні засади антикризового менеджменту в торгівельній справі. Антикризове управління торговим підприємством. Ключові проблеми антикризового управління в торговому бізнесі. Причини кризи в торгівельній справі. Виникнення та розпізнання кризи. Проблеми антикризового управління.

Ризиковане управління в торгівельній справі. Риск-менеджмент як система управління. Класифікація ризиків підприємств торгівлі.

Профілактика ризиків в антикризовому управлінні торговим підприємством. Мета управління господарськими ризиками. Оцінка рівня господарського ризику. Етапи обчислення рівня господарського ризику. Методи мінімізації ризиків. Форми профілактики господарських ризиків.

Тема 5. Державне регулювання діяльності торгових підприємств в Україні

Принципи та зміст державного регулювання торгівлі. Монітористська концепція державного регулювання торгівлі. Кейнсіанська концепція державного регулювання торгівлі. Цілі державного регулювання споживчого ринку товарів і послуг. Суб'єкт й об'єкт державного регулювання торгівлі. Принципи державного регулювання сфери торгівлі. Захист прав споживачів в Україні та в економічно розвинутих країнах.

Методи державного регулювання товарного обороту. Класифікація методів державного регулювання товарного обороту. Товарне квотування.

Ліцензування. Оцінка монополістичної влади на ринку. Розрахунок індекса Херфіндала-Хіршмана.

Принципи здійснення державного контролю та нагляду в торгівлі. Загальні та специфічні принципи: принцип законності; гласності; принцип забезпечення захисту прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності; об'єктивності; етичності; принцип відповідальності державного контрольно-наглядового органу за шкоду, заподіяну суб'єкту торговельної діяльності внаслідок порушення вимог законодавства; принцип мінімізації втручання державного контрольно-наглядового органу в господарчу діяльність торговельного об'єкту; професіоналізму; оперативності; принцип неприпустимості тиску контролюючих органів на суб'єктів торговельної діяльності.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Тема 6. Управління підприємствами оптової торгівлі.

Сутність, види та функції оптової торгівлі. Поняття категорії «оптова торгівля». Відмінна риса оптової торгівлі. Основні види оптової торгівлі. Основні функції оптової торгівлі. Допоміжні функції оптової торгівлі. Фактори, що впливають на оптову торгівлю.

Види оптових підприємств та їх класифікація. Засади функціонування оптових підприємств. Класифікація оптових торговельних підприємств. Характеристика видів оптових торгових підприємств.

Місце оптових посередників на товарному ринку. Основні типи оптових посередників. Характеристика оптових посередників: дистриб'ютори, збутові агенти, комісіонери, товарні брокери, консигнатори, повірені, дилери, незалежні оптовики-купці.

Формування та управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі. Сутність формування асортименту. Принципи формування асортименту. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту оптового торговельного підприємства. Етапи розробки асортиментного переліку. Робота з оптимізації асортименту.

Тема 7. Управління підприємствами роздрібною торгівлі

Структура та функції роздрібною торгівлі. Сутність роздрібною торгівлі. Поняття роздрібного товарообороту. Функції роздрібною торгівлі. Класифікація роздрібною торгівлі. Чинники, що впливають на розміщення роздрібною мережі.

Характеристика роздрібного товарообороту. Значення товарообороту на державному рівні. Види продаж. Продаж товарів на борту літаків та в пасажирських поїздах.

Управління товарними запасами в роздрібною торговельною підприємстві. Сутність товарних запасів. Причини, що обумовлюють необхідність формування товарних запасів. Метаю управління товарними запасами. Політика управління товарними запасами. Чинники ефективності

управління товарними запасами. Класифікація товарних запасів.

Система послуг у роздрібній торгівлі як спосіб стимулювання продажів товарів. Культура торгівлі. Поняття «послуга». Класифікація послуг. Зміст поняття «стимулювання збуту». Причини зростання значимості стимулювання збуту. Цілі стимулювання збуту в залежності від об'єктів стимулювання. Переваги та недоліки стимулювання збуту. Методи та види стимулювання збуту, що спрямовані на споживачів. Методи нецінового стимулювання збуту. Методи стимулювання посередників. Етапи процесу стимулювання продажу.

Тема 8. Маркетинг торгівлі

Маркетинг оптової торгівлі. Завдання маркетингу в сфері оптової торгівлі. Транзитна і складська форми оптової торгівлі. Маркетингові рішення та маркетингові стратегії в оптовій торгівлі. Завдання маркетингу в системі оптової торгівлі.

Маркетинг роздрібною торгівлі. Завдання маркетингу в сфері роздрібною торгівлі. Класифікація підприємств роздрібною торгівлі: маркетинговий аспект. Завдання маркетингу роздрібною торгівлі. Маркетинг закупівель магазину. Сегментація ринку.

Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі. Сутність рекламних засобів. Рекламне повідомлення. Просування продукту та публіситі. Рекламно-інформаційна підтримка.

Тема 9. Оцінка діяльності торгових підприємств

Система основних показників діяльності оптових підприємств. Поняття доходу; валовий дохід та основні групи валового доходу торговельного підприємства; поняття товарообороту торговельного підприємства; складський і транзитний оптовий товарооборот, загальний та валовий товарооборот.

Діагностика діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Ефект, ефективність; аспекти ефективності системи управління діяльністю суб'єктів торгівлі; умови комплексної оцінки діяльності торговельного підприємства; загальні та спеціальні показники; елементи основних функцій, що підлягають рейтинговій системі оцінки (елементи функції маркетингу, реалізації, фінансової, кадрової, матеріально-технічної функції, функції менеджменту

Ефективність діяльності торговельного підприємства та шляхи її підвищення. Методика формування механізму рейтингової оцінки діяльності структурних підрозділів торговельних підприємств.

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

3.1. Основна

1. Азарян О. Організація і технологія торгівлі: навч. посібник / О. Азарян, Е. Локтев, В. Оліфіров. – Донецьк: Дмитренко, 2007. – 528 с.

2. Герасимчук З. В. Організація та технологія торгівлі: навч. посіб. / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська, І. М. Вахович. – Луцьк: «Надстир'я», 2015. – 324 с.

3. Криковцева Н. О., Козакова О. Б., Саркісян Л. Г. та ін. Комерційна діяльність: навч. посіб. / Н. О. Криковцева, О. Б. Козакова, Л. Г. Саркісян та ін. – К.: ЦУЛ, 2014. – 296 с.

4. Марцин В. С. Економіка торгівлі: Підручник. – 2-ге вид. випр. і доп.– К.: Знання, 2008.- 603 с.

5. Мерчандайзинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 292 с.

6. Організація торгівлі: зб. ситуаційних задач, тестів та кросвордів / Н.О. Голошубова. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 280 с.

7. Румянцев А. П. Світовий ринок послуг : навчальний посібник / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.

8. Семикіна М.В., Збаржевецька Л.Д., Матієнко С.С. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум: Навчальний посібник.- Кіровоград: КНТУ, 2013.– 219 с.

9. Степанова Г.С., Вініковецька Ж.С. Економіка торговельного підприємства: Навчальний посібник. – К., 2006. -274 с.

10. Усланова Н. М., Лігоненко Л. О. Економіка торговельного підприємства. – К.: КНТЕУ, 2011. – 171 с.

11. Фінансовий менеджмент: методика розв'язання практичних завдань: навч. посіб. / І. Г. Ганечко, Г.В. Ситник, В.С. Андрієць та ін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 244 с.

12. Шалева О. І. Електронна комерція : навчальний посібник / О. Шалева. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 205 с.

3.2. Допоміжна

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер [пер. с англ.] – СПб.: «Питер», 2012. – 367 с.

2. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник / Л. Балабанова, В. Холод, І. Балабанова. – К.: Центр учбової літератури, 2012.

3. Дайновський Ю. А. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. / Ю. Дайновський. – Львів : Новий Світ-2000, 2010.

4. Дубовик Т. В. Маркетингова комунікаційна діяльність торговельного підприємства в соціальних мережах / Т. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 5. - С. 161-168.

5. Мазаракі А. Ринок споживчих товарів в Україні: посткризові тенденції / А. Мазаракі, В. Лагутін // Економіка України. - 2011. - № 9. - С. 17-26.

6. Механізм управління поточними витратами торговельних підприємств [монографія] / Л.В.Фролова, К.С. Хаврова. – Донецьк: вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2010. – 211с.

7. Павленко І. І. Міжнародна торгівля та інвестиції: навч. посібник / І. Павленко, О. Варяниченко, Н. Навроцька. - К. : Центр учбової літератури, 2012.

8. Правове забезпечення, організація та захист господарської діяльності: навч. посіб. / В. Понікаров [та ін.]. – К.: Центр учбової літератури, 2012.

9. Про Антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.93 № 3660-XII [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1993. – № 50 – Ст. 472. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>.

10. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: Постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 р. № 833 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>.

11. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 26.11.1993 № 50/96-ВР [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. - № 36 – Ст. 165. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.

12. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2001. – № 12 – Ст. 64. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

13. Про захист прав споживачів: Закон України // ВВР України. – 1991. – № 30. – Ст. 379.

14. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 р., № 877-V // ВВР України. – 2007. – № 29. – Ст. 389.

15. Про Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 8 лютого 1995 р. № 108 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108-95-%D0%BF>.

16. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2-12 р., № 5007-VI // ВВР України. – 2013. – № 19-20. – Ст. 190.

17. Трайндл А. Нейромаркетинг: візуалізація емоцій / А. Трайндл; пер. с нем. А. Гордеева; науч. ред. Р. Яворский. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2011.

18. Управління економічним потенціалом торговельних підприємств [монографія] / Л. В. Фролова, О. В. Григораш. – Донецьк: вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. – 201 с.

19. Управління рентабельністю в підприємствах ресторанного господарства [монографія] / Л. В. Фролова, Л. Ю. Самусева. – Донецьк: вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. – 252 с.

20. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством. Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2005. – 322 с.

3.3. Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського – www.biblvnad.org.ua.

2. Менеджмент. Бізнес. – www.management.com.ua.

3. Бібліотечний світ України – www.ukrlib-world.kiev.ua

4. Наукова бібліотека НаУКМА – <http://www.ukma/kiev.ua/ukmalib>
5. Державна освітянська бібліотека України – <http://www.edu-ua.net/library/>
6. Український літературний журнал – <http://ukrlit.iscool.net/>

4. ФОРМА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Підсумкова атестація з навчальної дисципліни «Управління торговим підприємством» – залік.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Діагностика знань студентів здійснюється з допомогою:

- усних опитувань на практичних заняттях;
- письмових контрольних робіт;
- письмових тестових завдань;
- виконання індивідуальних завдань.

Критерії успішності

Оцінки «зараховано» (А) заслуговує студент (студентка), який (яка) виявив (виявила) всебічні, системні й глибокі знання навчального матеріалу і вміння вільно виконувати передбачені програмою завдання, ознайомлений (ознайомлена) з основною і додатковою літературою. Зазвичай, оцінка «відмінно» ставиться студентам, які засвоїли основні поняття та принципи сучасної економічної теорії, вільно оперують економічними категоріями та інтерпретують графічні економічні моделі, усвідомлюють зв'язки між основними економічними явищами та процесами, творчо та коректно використовують їх при розв'язанні задач.

Оцінки «зараховано» (В, С) заслуговує студент (студентка), який (яка) виявив (виявила) повне знання навчального матеріалу, успішно виконав (виконала) передбачені програмою завдання, засвоїв (засвоїла) рекомендовану основну літературу. Як правило, оцінка «добре» виставляється студентам, які засвідчили системні знання понять та принципів економічної теорії і здатні до їх самостійного поповнення та оновлення під час подальшої навчальної роботи і професійної діяльності. Одночасно вони допустили певні неточності, пропуски, помилки, які зумовили некоректність окремих результатів та висновків.

Оцінки «зараховано» (D, E) заслуговує студент, який виявив знання основного навчального матеріалу в обсязі, потрібному для подальшого навчання і майбутньої роботи за професією, частково впорався з виконанням передбачених програмою завдань, ознайомлений із частиною рекомендованої основної літератури. Зазвичай, оцінка «задовільно» виставляється студентам, які допустили суттєві помилки в усних відповідях та при виконанні завдань контрольних робіт, мали серйозні труднощі у спробах усунути ці помилки самостійно.

Оцінка «незараховано» (FX) виставляється студентові, який виявив значні прогалини в знаннях основного навчального матеріалу, допустив грубі помилки у виконанні передбачених програмою завдань, незнайомий з основною

літературою. Як правило, «незадовільна» оцінка виставляється студентам, у яких відсутні знання базових положень сучасної економічної теорії або їх недостатньо для продовження навчання чи початку професійної діяльності.