

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри технологій в
ресторанному господарстві, готельно-
ресторанної справи та підприємництва
Протокол №1 від 31.08.2022 р.
Завідувач кафедри



О.А. Ніколайчук

РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ
«РИТЕЙЛ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 5

Розробник: Ніколайчук О.А.,
доцент, к.е.н.

2022– 2023 навчальний рік

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни денна/заочна форма навчання
Обов'язкова (для студентів освітньої програми "назва освітньої програми") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова (для студентів освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»)
Семестр (осінній / весняний)	весняний
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	1
Лекції, годин	32
Практичні / семінарські, годин	32
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	86
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4
самостійної роботи студента	5,38
Вид контролю	залік

2. Програма дисципліни

Мета вивчення дисципліни полягає у формування у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері ритейлу, його видів і учасників та основних методів і технологій ритейлу, практичних навичок застосування сучасних інструментів ритейлу для реалізації підприємством заходів роздрібного пропусування та збуту товарів.

Завдання дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері провадження ритейлінгової діяльності підприємства; **формуванні вмінь та навичок: визначення** теоретичних засад та основних характеристики ритейлу, організації товаропостачання торговельної мережі та організаційних основ функціонування торгівлі; **аналізу:** структури ринку ритейлу, процесу формування системи ритейл-маркетингу підприємства; **дослідження:** організаційних форм ритейлу, основних засад формування стратегії ритейлу і організації ритейлінгового обслуговування покупців, соціально-відповідальної діяльності ритейл-організації; **оцінки:** якості передпродажної підготовки, процесу продажу товарів, процесу продажу товарів та розвитку торговельної мережі; **розрахунку:** показників ефективності торгівлі та складових проектного управління при відкритті торговельних закладів.

Предмет: механізм формування теоретико-методологічних основ ритейлу і організації торговельної діяльності та засади прийняття ефективних управлінських рішень при формуванні ритейлінгової стратегії.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

- Тема 1. Теоретичні засади та основні характеристики ритейлу
- Тема 2. Організаційні основи функціонування торгівельних мереж
- Тема 3. Організація товаропостачання торговельної мережі.
- Тема 4. Розміщення та розвиток торговельної мережі
- Тема 5. Організація процесу продажу товарів
- Тема 6. Організація ритейлингового обслуговування покупців
- Тема 7. Структура ринку ритейлу
- Тема 8. Організаційні форми ритейлу
- Тема 9. Формування стратегії ритейлу
- Тема 10. Проектне управління при відкритті торговельних закладів
- Тема 11. Передпродажна підготовка та стандарти викладки
- Тема 12. Маркетинг у сучасному ритейлі
- Тема 13. Формування системи ритейл-маркетингу підприємства
- Тема 14. Юридичні та податкові рішення для ритейлу
- Тема 15. Соціально-відповідальна діяльність ритейл-організації

Опанування дисципліни дозволяє забезпечити:

- 1) формування:
 - **загальних програмних компетентностей:**
 - здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
 - здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
 - **фахових програмних компетентностей:**
 - здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов;
 - здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;
 - здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин;
 - здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;
 - здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур;
 - здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків;
 - здатність реалізовувати стратегії підприємства в ритейлі, створювати та реалізовувати проекти ритейл-маркетингу, будувати ефективну систему

ритейлу підприємства в роздрібному продажі, застосовувати сучасні інструменти маркетингу для проведення підприємством заходів просування та збуту;

2) досягнення програмних результатів навчання:

– застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;

– організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності;

– демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати;

– демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці;

– використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;

– вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;

– вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів;

– знати основи обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній і біржовій діяльності;

– реалізовувати стратегії підприємства в ритейлі, створювати та реалізовувати проекти ритейл-маркетингу, будувати ефективну систему ритейлу підприємства в роздрібному продажі, застосовувати сучасні інструменти маркетингу для проведення підприємством заходів просування та збуту.

3) набуття результатів навчання (згідно Дублінських дескрипторів):

– знання:

– сучасних наукових здобутків у сфері еволюції теоретичних та методологічних підходів до реалізації основних функцій ритейлу зокрема планування та організації рекламно-збутової діяльності, визначення методів оцінки ефективності збутової діяльності;

– критичне осмислення функціонального інструментарію ритейлу, існуючих засобів активізації торгівлі та їх специфіки;

– концептуальних практичних навичок щодо процесів розроблення стратегії ритейлу, оцінки ефективності торговельної діяльності та контролю витрат на збут.

– уміння/навички:

– виконувати професійні функції у сфері ритейлу;

- вміти критично осмислювати концептуальні основи та закономірності ритейлінгової діяльності;

- здійснювати ефективну комунікацію, аргументувати свою позицію, використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері використання функціонального інструментарію ритейлу;

- застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління збутом.

- **комунікація:**

- демонструвати здатність приймати рішення щодо оцінки збутової діяльності та можливих управлінських рішень у сфері ритейлу;

- демонструвати вміння працювати у команді, взаємодіяти з колегами;

- збирати, інтерпретувати та застосовувати дані щодо управлінських аспектів провадження ефективної ритейлінгової діяльності;

- доносити результати проведеного дослідження аудиторії;

- аргументувати власну позицію щодо рекомендованих ритейлінгових стратегій .

- **відповідальність і автономія:**

- спроможність самостійно проводити дослідження, приймати обґрунтовані рішення щодо застосування інструментарію ритейлу;

- спроможність нести відповідальність за результати досліджень, вироблення та ухвалення рішень стосовно ритейлінгової стратегії компанії;

- здатність продовжувати навчання за обраним фахом із використанням здобутих навичок та знань із значним ступенем автономії.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та організаційні аспекти ритейлу					
Тема 1. Теоретичні засади та основні характеристики ритейлу	10	2	2	-	6
Тема 2. Організаційні основи функціонування торгівлі	10	2	2	-	6
Тема 3. Організація товаропостачання торговельної мережі	10	2	2	-	6
Тема 4. Розміщення та розвиток торговельної мережі	10	2	2	-	6
Тема 5. Організація процесу продажу товарів	10	2	2	-	6
Тема 6. Організація ритейлингового обслуговування покупців	10	2	2	-	6
Тема 7. Структура ринку ритейлу	10	2	2	-	6
Тема 8. Організаційні форми ритейлу	10	2	2	-	6
Разом за змістовим модулем 1	80	16	16	-	48
Змістовий модуль 2. Стратегічні, проектні та маркетингові аспекти реалізації ритейлінгової діяльності					
Тема 9. Формування стратегії ритейлу	9	2	2	-	5
Тема 10. Проектне управління при відкритті торговельних закладів	16	4	4	-	8
Тема 11. Передпродажна підготовка та стандарти викладки	9	2	2	-	5
Тема 12. Маркетинг у сучасному ритейлі	9	2	2	-	5
Тема 13. Формування системи ритейл-маркетингу підприємства	9	2	2	-	5
Тема 14. Юридичні та податкові рішення для ритейлу	9	2	2	-	5
Тема 15. Соціально-відповідальна діяльність ритейл-організації	9	2	2	-	5
Разом за змістовим модулем 2	70	16	16	-	38
Усього годин	150	32	32	-	86

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар запитань і відповідей Теоретичні засади та основні характеристики ритейлу Видача завдань на групові проекти	2
2	Семінар з вирішенням практичних завдань Організаційні основи функціонування торгівлі	2
3	Семінар з вирішенням практичних завдань Організація товаропостачання торговельної мережі	2
4	Семінар з вирішенням практичних завдань Розміщення та розвиток торговельної мережі	2
5	Семінар з вирішенням практичних завдань Організація процесу продажу товарів	2
6	Семінар з вирішенням практичних завдань Організація ритейлінгового обслуговування покупців	2
7	Семінар з вирішенням практичних завдань Структура ринку ритейлу	2
8	Семінар з вирішенням практичних завдань Організаційні форми ритейлу Захист групових проектів	2
9	Семінар з вирішенням практичних завдань Формування стратегії ритейлу Видача завдань на групові проекти	2
10	Семінар з вирішенням практичних завдань Проектне управління при відкритті торговельних закладів: календарне та логістичне планування	2
11	Семінар з вирішенням практичних завдань Проектне управління при відкритті торговельних закладів: планування грошових потоків та показників ефективності торгівлі	2
12	Семінар з вирішенням практичних завдань Передпродажна підготовка та стандарти викладки	2
13	Семінар з вирішенням практичних завдань Маркетинг у сучасному ритейлі	2
14	Семінар з вирішенням практичних завдань Формування системи ритейл-маркетингу підприємства	2
15	Семінар з вирішенням практичних завдань Юридичні та податкові рішення для ритейлу	2
16	Семінар з вирішенням практичних завдань Соціально-відповідальна діяльність ритейл-організації Захист групових проектів	2
Разом		32

5. Розподіл балів, які отримують студенти
- вид контролю: залік

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у впродовж семестру (100 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру
(очна форма навчання)

№ теми семінарського/практичного заняття	Аудиторна робота				Позааудитор на робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК / Захист групового проекту	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
Семінар 1	1	3	1			5
Семінар 2	1	3	1			5
Семінар 3	1	3	1			5
Семінар 4	1	3	1			5
Семінар 5	1	3	1			5
Семінар 6	1	3	1			5
Семінар 7	1	3	1			5
Семінар 8	1	3	1	5	5	15
Разом за змістовим модулем 1	8	24	8	5	5	50
Змістовий модуль 2						
Семінар 9	1	3	1			5
Семінар 10	1	3	1			5
Семінар 11	1	3	1			5
Семінар 12	1	3	1			5
Семінар 13	1	3	1			5
Семінар 14	1	3	1			5
Семінар 15	1	3	1			5
Семінар 16	1	3	1	5	5	15
Разом за змістовим модулем 2	8	24	8	5	5	50
Усього годин	16	48	16	10	10	100

**Оцінювання студентів протягом семестру
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	100
30	35	35	

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	