ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РАБОТИ

З НАВЧАЛЬНОЇДИСЦИПЛІНИ

**«ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ»**

для студентів денної форми навчання освітнього ступеня «бакалавр»

спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Житомир 2022

**Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Питання для самостійного опрацювання | Кількість годин |
| **Змістовний модуль 1. Підприємства торгівлі як суб’єкти ринку** | | |
| 1 | Організаційні моделі в системі торгівлі. Загальна характеристика торгівлі як системи. Види суб’єктів торговельної діяльності. | 4 |
| 2 | Структурна перебудова торгівлі. Перебудова соціальної структури торгівлі. Перебудова функціональної структури. Перебудова територіальної структури | 4 |
| 3 | Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торгівлі. Сутність та завдання оптової торгівлі. Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Види оптових підприємств та їх класифікація. | 4 |
| **Змістовний модуль 2. Управління ресурсним забезпеченням підприємств торгівлі** | | |
| 4 | Господарські зв’язки як основа організації оптових закупівель товарів. Сутність оптових закупівель, їх види. Планування закупівельної роботи. Форми та методи закупівель товарів у вітчизняного виробника. Закупівля товарів за державні кошти. Особливості закупівель товарів у іноземних фірм | 4 |
| 5 | Форми оптового продажу товарів і види оптового товарообороту. Організація продажу товарів зі складу. організація транзитної поставки товарів. Особливості дрібнооптового продажу товарів. Активізація і стимулювання оптового продажу товарів. | 4 |
| 6 | Сутність товаропостачання, зміст і основні вимоги до його організації. Джерела товаропостачання та їх вибір. Визначення потреби в товарах, точки замовлення і порядок оформлення замовлення. Організація централізованого забезпечення товарами | 4 |
| 7 | Поняття, склад і структура суб’єктів системи роздрібної торгівлі. Види роздрібних торговців та їх характеристика. Фази і порядок створення роздрібного торговельного підприємства. Організаційна побудова роздрібних торговців. | 4 |
| 8 | Сутність, принципи і завдання організації роздрібної мережі. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців. Концентрація і спеціалізація роздрібної мережі. Територіальне розміщення роздрібної мережі. Ефективність функціонування роздрібної мережі | 4 |
| **Змістовний модуль 3. Управління витратами, доходами та прибутком торговельного підприємства** | | |
| 9 | Засади влаштування магазинів. Будова і технологічне планування магазинів. Улаштування і планування торговельних приміщень. Улаштування та планування неторговельних приміщень. Дизайн та імідж магазину. | 5 |
| 10 | Зміст та завдання мерчандайзингу. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів. Методологічні основи впровадження технологій мерчандайзингу. Управління комплексом мерчандайзингу. | 5 |
| 11 | Сутність та зміст електронної торгівлі. Системи і форми електронної торгівлі. Організація Інтернет-магазину. Функціонування Інтернет-магазину. | 5 |
| 12 | Поняття банкрутства. Методи оцінки ймовірності банкрутства торговельного підприємства. Заходи щодо запобігання банкрутства та відновлення платоспроможності торговельного підприємства. | 5 |
| Разом | | 52 |

**Індивідуальні завдання**

Протягом вивчення дисципліни студенти самостійного готують реферат за темами з рекомендованого переліку, або за самостійно обраною темою, попередньо узгодженою з викладачем. Реферат має бути літературно та технічно грамотно викладений і відповідати певним вимогам оформлення. Він повинна включати титульну сторінку, план реферату (зміст), виклад матеріалу згідно із планом, заключну частину, список першоджерел, додатки (за необхідністю).

Реферат має бути надрукований з одного боку білого паперу формату А4 (210х297 мм). Загальний обсяг реферату, включаючи список використаних літературних джерел та додатки, 20 – 25 сторінок, надрукованих через 1,5 інтервалу (30 рядків на сторінці) шрифтом “Times New Roman” розміром 14 пунктів (60знаків у рядку, враховуючи проміжки між словами).

Аркуш реферату повинен мати поля: ліве – 20 мм, верхнє – 20 мм, праве – 10 мм, нижнє – 20 мм*.*

Нумеруються всі сторінки роботи до останньої, враховуючи ілюстраціїта додатки, без пропусків, повторів ілітерних додатків. Першою сторінкою вважається титульна, на якій цифра “1” не ставиться. Отже, загальна нумерація роботи починається на наступній сторінці (зміст реферату) з цифри “2”. Порядковий номер сторінки проставляється з права її верхнього поля.

Текст реферату може ілюструватись схемами, фотографіями, графіками, таблицями, які також виконуються на стандартних аркушах паперу формату А4. Кількість ілюстрацій повинна бути достатньою для того, щоб надати тексту зрозумілості та конкретності. Усі ілюстрації (фотографії, схеми тощо) називають рисунками інумерують послідовно. Номер і назву рисунка пишуть під графічним зображенням*.* Ілюстративний матеріал розміщують у тексті одразу після посилання на нього.

На запозичену з інших джерел інформацію, а також на цитати, що наводяться в тексті, мають бути зроблені посилання. Їх наводять одразу після закінчення цитати в квадратних дужках, де вказують порядковий номер джерела у списку використаної літератури та відповідні сторінки джерела, наприклад, [14, с. 31–48].

Робота на рефератом починається з першого тижня викладання дисципліни за наступним планом:

*Тиждень 1.* Вибір теми, складання плану, підбір літератури. Тема і план затверджуються з викладачем, список літератури оформлюється в алфавітному порядку (не менше 10 джерел) і перевіряється викладачем.

*Тиждень 2 – 9.* Опрацювання відібраної літератури. Написання реферату. Консультації з викладачем.

*Тиждень 10.* Оформлення і здача реферату на перевірку.

*Тиждень 11.* Виправлення недоліків і підготовка доповіді.

*Тиждень 12.* Захист реферату.

Оцінювання реферату та його захисту відбувається за наступною шкалою:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Бали | Оцінка | Характеристика |
| 18-20 | відмінно | Оформлення реферату відповідає вимогам, викладений матеріал повністю розкриває тему, студент вільно володіє викладеним матеріалом |
| 16-17 | добре | Оформлення реферату відповідає вимогам, викладений матеріал розкриває тему, студент добре (з незначними неточностями) володіє викладеними матеріалом |
| 10-15 | задовільно | Оформлення реферату відповідає вимогам, обраний матеріал недостатньо розкриває обрану тему, студент достатньо володіє викладеним матеріалом |
| 9 і менше | незадовільно | Оформлення не відповідає вимогам, обраний матеріал не розкриває тему, студент не володіє викладеним матеріалом |

У разі незадовільної оцінки студент доопрацьовує та переоформлює реферат відповідно вимог і повторно захищає його.

**Рекомендований перелік тем рефератів**

1. Економічні передумови виникнення та розвитку торгівлі.

2. Місце торгівлі в розвитку товарно-грошових відносин.

3. Вплив торгівлі на розвиток виробництва в ринкових умовах господарювання.

4. Ринок товарів кінцевого споживання та особливості його розвиту в сучасних умовах.

5. Споживання і потреби, їх сутність і економічна характеристика.

6. Попит як форма прояву потреби і як елемент ринку.

7. Фактори, що впливають на попит та пропозицію.

8. Ціна як важіль економічного впливу на розвиток економіки.

9. Конкурентна політика та ефективність діяльності торговельного підприємства.

10. Особливості формування конкурентної політики торговельного підприємства в умовах глобалізації.

11. Механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства.

12. Конкуренція як засіб антимонопольного регулювання товарних ринків.

13. Механізм управління сталим розвитком торгівлі.

14. Реформування торгівлі на основі концепції сталого розвитку.

15. Перспективи інтеграції України до Світової організації торгівлі та Європейського Союзу.

16. Особливі форми продажу товарів.

17. Електронна торгівля.

18. Сутність, особливості та основні види послуг у галузі торгівлі.

19. Стратегія створення системи надання послуг у торговельних підприємствах.

20. Регулювання та контроль діяльності торговельних підприємств.

21. Правові та організаційні засади захисту прав споживачів.

22. Позамагазинні форми продажу товарів.

23. Рекламно-інформаційна робота в сфері торгівлі.

24. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів.

25. Актуальні завдання розвитку пропозиції споживчих товарів.

26. Проблеми підтримки та сприяння діяльності вітчизняного товаровиробника.

27. Тенденції розвитку торговельної інфраструктури в Україні та основні чинники, що їх визначають.

28. Особливості торговельної діяльності в підприємствах оптової торгівлі.

29. Проблеми розвитку підприємств оптової торгівлі в сучасних умовах.

30. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі.

31. Проблеми розвитку підприємств роздрібної торгівлі в сучасних умовах.

32. Сучасний стан та основні тенденції розвитку підприємств роздрібної торгівлі.

33. Роль зовнішньої торгівлі в поповненні ресурсів торговельних підприємств.

34. Міжнародна торгівля послугами та їх класифікація.

35. Фактори, що визначають тенденції та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі.

36. Проблеми розвитку підприємств торгівлі в сучасних умовах.

37. Тенденції розвитку нових форматів торгівлі в Україні.

38. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективу розвитку товарообороту підприємства.

39. Розширення джерел постачання товарних ресурсів споживчих товарів і сучасних умовах.

40. Оптимізація товарних запасів – важлива умова ефективної роботи підприємства торгівлі.

41. Закупівельна політика підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання.

42. Стратегія управління товарними запасами торговельного підприємства.

43. Оптимізація партії постачання ресурсів товарів на підприємствах торгівлі.

44. Специфіка праці робітників підприємств торгівлі.

45. Продуктивність праці та резерви її зростання в підприємствах роздрібної торгівлі.

46. Сучасні тенденції в оплаті праці в торгівлі.

47. Сучасні проблеми амортизаційної політики держави і підприємств торгівлі різних форм власності.

48. Зарубіжний досвід обґрунтування методу амортизаційних відрахувань у торгівлі.

49. Внутрішні та зовнішні джерела формування фінансових ресурсів підприємств торгівлі.

50. Позикові ресурси торговельного підприємства та необхідність їх використання в діяльності підприємств торгівлі.

51. Джерела фінансування поточних витрат торговельного підприємства.

52. Найважливіші напрямки раціоналізації та економії витрат торговельного підприємства.

53. Економічна природа поточних витрат торговельного підприємства, їх характеристика та регулювання.

54. Особливості формування доходів торговельного підприємства в умовах падіння попиту на споживчі товари.

55. Стратегічне управління доходами підприємств торгівлі.

56. Вплив специфіки торговельної діяльності на формування цінової політики.

57. Зміст цінової політики підприємств торгівлі в сучасних умовах.

58. Зовнішні фактори, що впливають на прибутковість підприємств торгівлі.

59. Динаміка суми та рівня прибутку торговельних підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм за останнє десятиріччя в Україні.

60. Державна політика оподаткування торговельних підприємств.