

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Факультет економічних наук
Кафедра економіки та підприємництва

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Перший проректор

Іщенко Н.М.



“28” 08 2020 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ»**

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма «Економіка та управління підприємством»
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Розробник

Семенчук І.М.



Завідувач кафедри економіки та підприємництва

Кузьменко О.Б.



Гарант освітньої програми

Кузьменко О.Б.



В.о. декана факультету економічних наук

Філімонова О.Б.



Директор Навчально-наукового інституту післядипломної освіти

Норд Г.Л.



Начальник НМВ

Шкірчак С.І.



Миколаїв – 2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показника	Характеристика дисципліни	
Найменування дисципліни	Управління товарним асортиментом	
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	
Освітня програма	Економіка та управління підприємством	
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень	
Статус дисципліни	Обов'язкова, цикл професійної підготовки	
Курс навчання	5	
Навчальний рік	2020-2021	
Номер(и) семестрів (триместрів):	Денна форма	Заочна форма
	9 семестр	_ триместр
Загальна кількість кредитів ЄКТС/годин	120 годин /4 кредити	
Структура дисципліни: – лекції – семінарські заняття (практичні, лабораторні, півгрупові) – годин самостійної роботи студентів	Денна форма	Заочна форма
	15	8
	30	10
	75	102
Відсоток аудиторного навантаження	38%	15%
Мова викладання	українська	
Форма проміжного контролю (якщо є)	кон. робота	/ кон. робота
Форма підсумкового контролю	іспит	

2. Мета, завдання та результати вивчення дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління товарним асортиментом» є освоєння студентами теоретичних і практичних знань і набуття вмінь і навичок в управлінні асортиментом торгового підприємства.

Завдання дисципліни:

- оволодіти основними поняттями в галузі управління асортиментом товарів;
- вивчити цілі, завдання, принципи та об'єкти управління асортиментом товарів;
- засвоїти поняття категорійний менеджмент, правила його впровадження в управлінні підприємством торгівлі;
- вивчити методологію управління асортиментом товарів.

Передумовами вивчення дисципліни. Вивчення курсу базується на відповідному рівні загальних знань, отриманих під час засвоєння студентами фундаментальних та спеціальних дисциплін спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»: «Матеріально-технічне забезпечення підприємства», «Складське господарство», «Стратегічний маркетинг», «Інноваційна стратегія підприємства».

У результаті вивчення дисципліни студенту необхідно **знати:**

- асортимент товарів однорідних груп певного класу, їх споживчі властивості;
- товарознавчі характеристики реалізованих товарів, їх властивості і показники;
- види, призначення, структуру договорів з постачальниками і споживачами;
- способи розміщення товарів на складах і в магазинах;

У результаті вивчення дисципліни студенту необхідно **вміти:**

- розпізнавати товари за асортиментною ідентифікацією;
- формувати торговий асортимент за результатами аналізу потреби в товарах;
- застосовувати засоби і методи маркетингу для формування попиту і стимулювання збуту;
- розраховувати показники асортименту.

Програмні компетенції

Загальні компетентності	ЗК 1	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК 2	Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.
	СК 4	Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.
	СК 5	Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.

Програмні результати навчання

Шифр результатів навчання	Зміст результатів навчання
PH 1.	Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.
PH 7.	Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.
PH 9.	Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків.
PH 10.	Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.
PH 12.	Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

3. Програма навчальної дисципліни

3.1. Денна форма навчання

№	Теми	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота	Загальний обсяг
Змістовний модуль 1. Товар як об'єкт управління асортиментом					
1	Сутність та класифікація товарів	2	4	9	15
2	Споживчі властивості товарів	2	4	9	15
3	Асортимент товару	2	4	9	15
Змістовний модуль 2. Практичні аспекти управління асортиментом					
4	Сутність управління товарним асортиментом.	2	4	9	15
5	Управління асортиментом товарів у роздрібній торговельній мережі	2	4	9	15
6	Формування і управління асортиментом товарів на підприємствах оптової торгівлі	2	4	9	15
7	Категорійний менеджмент як інноваційний підхід управління асортиментом	2	4	9	15
8	Сутність управління асортиментом по товарним категоріям	1	2	12	15
Всього за курсом		15	30	75	120

3.2. Заочна форма навчання

№	Теми	Лекції	Практичні (семінарські, лабораторні, півгрупові)	Самостійна робота	Загальний обсяг
1	Товар як об'єкт управління асортиментом	2	4	25	31
2	Сутність управління товарним асортиментом.	2	2	25	29
3	Практичні аспекти управління асортиментом	2	2	25	29
4	Категорійний менеджмент як інноваційний підхід управління асортиментом	2	2	27	31
Всього за курсом		8	10	102	120

4. Зміст навчальної дисципліни Денна форма навчання

4.1. План лекцій

№	Тема заняття / план
1	Тема: Сутність та класифікація товарів Лекція № 1 <ol style="list-style-type: none">1. Основні підходи визначення товару та характеристика його властивостей.2. Поняття, призначення, завдання класифікації та її історичний розвиток.3. Визначення, значення класифікації товарів.4. Принципи, мета, ознаки класифікації товарів та вимоги до неї.5. Види класифікації товарів.6. Ступеня класифікації товарів.7. Методи класифікації товарів: сутність, переваги та недоліки.
2	Тема: Споживчі властивості товарів Лекція № 2 <ol style="list-style-type: none">1. Загальна класифікація споживчих властивостей товарів і їх значення в задоволенні потреб людини.2. Соціальні властивості і їх показники.3. Функціональні властивості.4. Надійність товарів і її показники.5. Ергономічні властивості товарів.6. Естетичні властивості.7. Властивості екологічні і безпеки споживання товарів.
3	Тема: Асортимент товару. Лекція №3 <ol style="list-style-type: none">1. Поняття асортимент товару та його соціально-економічне значення.2. Визначення "товарна номенклатура" та його відмінність від поняття "асортимент товарів".3. Групи, підгрупи і види асортименту.4. Властивості і показники асортименту.
4	Тема: Сутність управління товарним асортиментом. Лекція №4 <ol style="list-style-type: none">1. Поняття управління асортиментом товарів, його мета, завдання2. Причини виникнення управління асортиментом3. Предмет та об'єкт управління асортиментом4. Сучасні принципи управління асортиментом5. Види асортиментної стратегії6. Процедури процесу управління асортиментом
5	Тема: Управління асортиментом товарів у роздрібній торговельній мережі Лекція №5 <ol style="list-style-type: none">1. Поняття та характеристика роздрібно-торговельної мережі.2. Сутність і зміст асортиментної політики в торгівлі.3. Чинники, які впливають на формування асортименту товарів.4. Принципи та ознаки формування асортименту.5. Поняття і класифікація торгового асортименту товарів

	6. Асортиментні переліки товарів. 7. Формування асортименту у продовольчих і непродовольчих магазинах
6	Тема: Управління товарним асортиментом підприємств оптової торгівлі Лекція № 6 <ol style="list-style-type: none"> 1. Оптова торгівля та її роль на ринку товарів 2. Функції оптової торгівлі при перетворенні промислового асортименту товарів в торговий. 3. Сутність управління товарними запасами в оптовій торгівлі. 4. Облік товарних запасів та контроль за їх станом. 5. Формування асортименту на оптовому підприємстві.
7	Тема: Категорійний менеджмент як інноваційний підхід управління асортиментом Лекція № 7 <ol style="list-style-type: none"> 1. Історія виникнення категорійного менеджменту 2. Сутність категорійного менеджменту 3. Переваги впровадження категорійного менеджменту. 4. Основні перешкоди при впровадженні категорійного менеджменту. 5. Категорійний менеджер - сучасний фахівець з управління асортиментом.
8	Тема: Сутність категорійного мерчандайзингу Лекція № 8 <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть категорійного мерчандайзингу 2. Основні правила і принципи категорійного мерчандайзингу. 3. Вплив категорійного мерчандайзингу на продаж 4. Проблеми при впровадженні категорійного мерчандайзингу

Заочна форма навчання

4.1. План лекцій

№	Тема заняття / план
1	Тема: Товар як об'єкт управління асортиментом Лекція № 1 <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та класифікація товарів 2. Споживчі властивості товарів 3. Поняття асортимент товару та його соціально-економічне значення. 4. Визначення "товарна номенклатура" та його відмінність від поняття "асортимент товарів". 5. Групи, підгрупи і види асортименту. 6. Властивості і показники асортименту.
2	Тема: Сутність управління товарним асортиментом. Лекція №2 <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття управління асортиментом товарів, його мета, завдання 2. Причини виникнення управління асортиментом 3. Предмет та об'єкт управління асортиментом 4. Сучасні принципи управління асортиментом 5. Види асортиментної стратегії 6. Процедури процесу управління асортиментом
3	Тема: Практичні аспекти управління асортиментом Лекція №3 <ol style="list-style-type: none"> 1. Управління асортиментом товарів у роздрібній торговельній мережі 2. Асортиментні переліки товарів. 3. Формування асортименту у продовольчих і непродовольчих магазинах

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Управління товарним асортиментом підприємств оптової торгівлі 5. Сутність управління товарними запасами в оптовій торгівлі. 6. Облік товарних запасів та контроль за їх станом. 7. Формування асортименту на оптовому підприємстві.
4	<p>Тема: Категорійний менеджмент як інноваційний підхід управління асортиментом Лекція № 4</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Історія виникнення категорійного менеджменту 2. Сутність категорійного менеджменту 3. Переваги впровадження категорійного менеджменту. 4. Основні перешкоди при впровадженні категорійного менеджменту. 5. Категорійний менеджер - сучасний фахівець з управління асортиментом. 6. Сутність категорійного мерчандайзингу.

4.2. План практичних (семінарських) занять, денна форма навчання

№	Тема заняття / план
1	<p>Практичне заняття № 1 Класифікація товарів 1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Класифікація споживчих товарів (товари широкого вжитку): залежно від тривалості використання. 2. Класифікація споживчих товарів (товари широкого вжитку): залежно від поведінки та звичок покупців. 3. Класифікація товарів виробничого призначення: залежно від призначення і особливостей використання. 4. Класифікація товарів виробничого призначення: залежно від характеру і терміну використання та ролі у технологічному процесі. <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 2 Властивості товарів 1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проста властивість товару 2. Складна властивість товару 3. Показник якості товару 4. Одиничні, комплексні і інтегральні показники товару. 5. Базові та визначні показники товару. <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 3 Номенклатура споживчих властивостей і показників якості 1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Номенклатура споживчих властивостей і показників якості: за призначенням, надійність. 2. Номенклатура споживчих властивостей і показників якості: ергонометричність, безпека. 3. Ідентифікація товару. <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 4 Технологічний життєвий цикл товарів 1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Види життєвих циклів.

	<p>2. Концепція життєвого циклу товару. 3. Новий товар. 4. Планування споживчих вимог до товару</p> <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 5 Фактори формування товарних характеристик</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <p>1. Формуючі фактори товарних характеристик. 2. Регламентація товарознавчі характеристик 3. Засоби регламентації товарознавчі характеристик. 4. Зберігаючі фактори товарних характеристик.</p> <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 6 Види та засоби інформації про товар</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <p>1. Вивчення видів та побудови штрихових кодів; 2. Розрахунок контрольної цифри кодів EAN-8 та EAN-13; 3. Можливе угруповання інформації про товар. 4. Вивчення товарних знаків (брендів), престижних знаків-нагород, знаків відповідності.</p> <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 7 Вивчення властивостей органолептичним методом</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <p>1. Сутність дослідження властивостей товару органолептичним методом. 2. Особливості дослідження властивостей товару (на прикладі срібла) органолептичним методом.</p> <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 8 Основні напрями формування асортименту</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <p>1. Скорочення асортименту. 2. Розширення асортименту. 3. Поглиблення асортименту. 4. Стабілізація асортименту. 5. Оновлення асортименту. 6. Вдосконалення асортименту. 7. Гармонізація асортименту.</p> <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 9 Показники та властивості асортименту</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <p>1. Визначення глибини асортименту. 2. Визначення повноти асортименту. 3. Визначення ступеня оновлення асортименту.</p> <p>2. Тестові завдання. 3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 10 Вивчення та оцінка асортименту товарів</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <p>1. З'ясування кількісних показників та характеристик асортименту товарів; 2. Розрахунок структури і проведення аналізу асортименту непродовольчих товарів;</p>

	<p>3. Аналіз структуру асортименту непродовольчих товарів в динаміці.</p> <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 11 Аналіз асортименту. АВС-аналіз</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. АВС-аналіз. Правило Парето, або принцип «80/20». 2. Порядок проведення АВС-аналізу. 3. АВС-аналіз по категоріях всередині групи. 4. Недоліки АВС-аналізу <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Кейс</p>
3	<p>Практичне заняття № 12 Аналіз асортименту. АВС-аналіз по двох параметрах</p> <p>Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. АВС-аналіз по двох параметрах: по прибутку і по обороту. 2. Переваги та недоліки. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Кейс</p>
4	<p>Практичне заняття № 13 Аналіз асортименту. XYZ-аналіз</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Порядок проведення XYZ-аналізу. 2. Обмеження XYZ-аналізу. 3. Сумісний АВС-XYZ аналіз асортименту. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Кейс</p>
5	<p>Практичне заняття № 14 Аналіз асортименту. Матриця БКГ</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Переваги аналіз асортименту за методикою Бостонської Консалтингової групи. 2. Види стратегічного господарського підрозділу (СГП). 3. Комбінація продуктів яка приводить до найкращого функціонування підприємства 4. Недоліки класичної матриці БКГ. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Кейс</p>
	<p>Практичне заняття № 15</p> <p>Тема: Підсумкове заняття</p> <p>Підсумкова контрольна робота</p>

4.3. План практичних (семінарських) занять, заочна форма навчання

№	Тема заняття / план
1	<p>Практичне заняття № 1 Класифікація товарів</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Класифікація споживчих товарів (товари широкого вжитку): залежно від тривалості використання. 2. Класифікація споживчих товарів (товари широкого вжитку): залежно від поведінки та звичок покупців. 3. Класифікація товарів виробничого призначення: залежно від призначення і особливостей використання. 4. Класифікація товарів виробничого призначення: залежно від характеру і

	<p>терміну використання та ролі у технологічному процесі.</p> <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Розв'язання типових завдань</p>
	<p>Практичне заняття № 2 Властивості товарів</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Проста властивість товару 7. Складна властивість товару 8. Показник якості товару 9. Одиничні, комплексні і інтегральні показники товару. 10. Базові та визначні показники товару. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Розв'язання типових завдань</p>
	<p>Практичне заняття № 3 Основні напрями формування асортименту</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Скорочення асортименту. 9. Розширення асортименту. 10. Поглиблення асортименту. 11. Стабілізація асортименту. 12. Оновлення асортименту. 13. Вдосконалення асортименту. 14. Гармонізація асортименту. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Розв'язання типових завдань</p>
	<p>Практичне заняття № 4. Показники та властивості асортименту</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення глибини асортименту. 2. Визначення повноти асортименту. 3. Визначення ступеня оновлення асортименту. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Розв'язання типових завдань</p>
	<p>Практичне заняття № 5 Вивчення та оцінка асортименту товарів</p> <p>1. Питання на обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. З'ясування кількісних показників та характеристик асортименту товарів; 2. Розрахунок структури і проведення аналізу асортименту непродовольчих товарів; 3. Аналіз структури асортименту непродовольчих товарів в динаміці. <p>2. Тестові завдання.</p> <p>3. Розв'язання типових завдань</p>

Типові кейси для групових занять

Метод кейса. Основною метою використання цього методу є максимальна активізація кожного студента і залучення його в процес аналізу ситуації та прийняття рішень, а також для формування вміння працювати в одній команді і швидко приймати рішення в умовах обмеженої інформації та нестачі часу.

Кейс 1

У супермаркеті соуси і приправи продаються в окремій секції. Великим попитом користуються соуси торгової марки "Торчин", соус "Часниковий" і майонез "Кальве", які

швидко розкупаються, продаються з невеликою націнкою і фактично є "зазивним" товаром. На частку цих продуктів припадає близько 10% найменувань від всього торгового асортименту відділу, проте вони становлять 50% в товарообігу.

Для покупців-гурманів і любителів екзотики магазин пропонує рідкісні соуси і приправи, такі як соус "Китайський солодкий" і "Чилі", майонези "Соевий" і "Ароматний" та інші делікатеси, їх питома вага в товарообігу - 10-12%. Асортимент інших товарів рядового асортименту схильний частого оновлення (їх частка - 40%). З точки зору управління характеристику товарів відділу "Соуси і приправи" можна представити таким чином:

Товари групи А	Товари групи В	Товари групи С
Необхідні товари (закличні)	Товари рядового асортименту	Спеціальні товари
Великі партії продажу (10% найменувань складають 50% товарообігу)	Середні партії продажу (40% найменувань дають 40% товарообігу)	Слабкі партії продажу (50% найменувань дають 10% товарообігу)
Низькі націнки	Середні націнки	Високі націнки
Швидка оборотність	Середня оборотність	Низька оборотність
Основний потік	Вторинний потік	Самий малий потік

З огляду на характер руху покупців, використовуйте метод АВС для розміщення різних найменувань соусів і приправ на нижче наведеній схемі відділу.

Кейс 2

Побудуйте графіки життєвого циклу товарів для канцелярських виробів компаній «Global» та «Economix» за обсягами продажів в Microsoft Office Excel, використовуючи дані табл. Охарактеризуйте етапи життєвого циклу товарів та побудуйте прогноз на 16 рік в Microsoft Office Excel для канцелярських виробів компаній «Global» та «Economix». Визначте основні завдання маркетингу на етапах ЖЦТ.

Таблиця

Обсяги продажів канцелярських виробів компаній «Global» та «Economix»

Рік	Обсяги продажів канцелярських виробів «Global», млн. шт.	Обсяги продажів канцелярських виробів «Economix», млн. шт.
1	0,3	0,6
2	1	2
3	1,5	4,5
4	3,2	6,4
5	6	9
6	8	11
7	9,3	10
8	10,1	13,1
9	10,5	9
10	10,7	13,8
11	10,8	9,4
12	10,7	13
13	10,5	12,5
14	9,7	12

Кейс 3

Охарактеризуйте етап життєвого циклу для дитячого посуду «Chicco» і «Aventa». Визначте основні завдання маркетингу на цих етапах, співвідношення елементів маркетингу, виділіть переважні типи споживачів і фінансові цілі на етапах ЖЦТ, використовуючи представлені дані:

– обсяг продажів дитячого посуду «Chicco» на ринку за останні роки склав: 0,7; 2,2; 3,5; 4,0; 4,2; 4,2; 4,3 (млн. шт.);

– обсяг продажів дитячого посуду «Aventa» склав відповідно: 0,3; 0,5; 0,9; 1,2; 1,5; 1,9; 2,5 (млн. шт.).

Кейс 4

Визначте вид та розмістіть у відповідні групи товари повсякденного попиту, товари попереднього вибору і товари особливого попиту: 1 – хліб; 2 – меблі; 3 – солодощі; 4 – телевізор фірми “Sony”; 5 – одяг; 6 – золоті прикраси; 7 – електроплита; 8 – зубна паста; 9 – парасоля; 10 – “Mercedes-600”; 11 – калькулятор; 12 – газети; 13 – старовинний настінний годинник; 14 – бензин; 15 – пральна машина.

Кейс 5

Визначити глибину асортименту, якщо підприємство оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення в даний час має в своєму розпорядженні 5 видів будівельних матеріалів для реалізації, а кожен вид цих матеріалів представлений 3 різновидами.

Кейс 6

Визначити повноту асортименту, якщо специфікація передбачає 6 різновидів металів, а фактично в продаж надійшло 4.

Кейс 7

Визначити ступінь оновлення асортименту дрібнооптового асортименту за такими даними: дрібнооптовий магазин реалізує 25 видів парфумерної продукції, з них 7- нові, що раніше не продавались.

Кейс 8

В асортименті магазину є сири Швейцарський, Голландський, Російський, Едам, Сулугуні, Рокфор. Перші чотири найменування відносяться до групи твердих сичужних сирів. У стандартах передбачено 20 найменувань таких сирів, ще 5 найменувань надходить по імпорту. Визначити: дійсний показник повноти, базовий показник повноти і коефіцієнт повноти твердих сичужних сирів в магазині.

Кейс 9

У магазині «Одяг» асортимент чоловічих верхніх сорочок в 1 кварталі був представлений 30 артикулами, у 2 кварталі з'явилося 5 нових артикулів і 2 артикули були зняті з реалізації (застарілі моделі), в 3 кварталі в продаж надійшло ще 5 артикулів даного найменування. Визначити: показники новизни і ступеня (коефіцієнти) поновлення чоловічих верхніх сорочок у 2 і 3 кварталах.

Кейс 10

З використанням ієрархічного методу класифікації скласти графічну схему класифікації м'яса, використовуючи наведену нижче інформацію.

М'ясо розрізняють по вгодованості худоби, виду і статі.

По виду сировини розрізняють яловичину, баранину, свинину, козлятину, конину, оленину, кролятину і т.д.

За статевою ознакою яловичина ділиться на м'ясо бугаїв (некастрірованих биків) і м'ясо бичків і корів. Свинина підрозділяється на м'ясо кнурів і м'ясо свиней. М'ясо ж інших видів тварин, як правило, по статі не поділяється.

За віковим критерієм м'ясо великої рогатої худоби (яловичина) класифікують наступним чином: м'ясо великої рогатої худоби віком від двох тижнів до трьох місяців називається

телятиною; м'ясо тварин у віці від 3 місяців до 2,5 років називається яловичиною молодняку, а м'ясо тварин більш старшого віку називається яловичиною.

М'ясо свиней за віком поділяють на м'ясо поросят (забійна вага - від 1,3 до 12 кг), м'ясо підсвинків (забійна вага 12-34 кг) і свинину (м'ясо свиней із забійним вагою понад 34 кг). М'ясо коней підрозділяють за віком на конину (від коней 1 року і старше) і м'ясо лошат (від лошат до 1 року).

Кейс 11

Американська компанія, виробник недорогого взуття прийняла рішення про виявленні можливості виходу на індійський ринок.

За результатами кабінетних досліджень з'ясувалося, що в Індії роздрібна торгівля взуттям знаходиться в основному в руках незалежних торговців, яким належить близько 60% роздрібною торгівлі в містах і близько 90% - в сільській місцевості. Близько 40% міської торгівлі взуттям здійснюється через магазини різних компаній. Обсяг продажів в сільській місцевості значно нижче через бідність населення. Конкуренція на індійському ринку взуття спостерігається в основному між фірмами, причому вони поставляють взуття досить високої якості лише в міські регіони. Роль іноземних фірм на цьому ринку поки не настільки вже помітна, і в цілому якість взуття американської компанії значно вище, ніж продукція більшості інших фірм.

Вивчаючи можливості транспортування, служба маркетингу компанії прийшла до висновку, що повітряні перевезення через високу вартість фрахту літака значно підвищать продажну ціну взуття, тому краще доставка морем, з Нью-Йорка до Бомбея. Через обмеженість обсягу оборотного капіталу у індійських оптовиків доведеться оплачувати транспортування і проводити інвентаризацію товару до надходження його на склад оптовика. Після розміщення на складі індійський оптовий торговець зможе відвантажувати товар іншим незалежним оптовикам чи роздрібним торговцям у міру надходження замовлень. Мережі збуту бомбейських оптовиків покривають більшу частину індійського ринку. Продажі здійснюються як оптовикам так і роздрібним торговцям п'ятнадцяти найбільших міст Індії.

Звичайний магазин в міському регіоні є місце підвищеного інтересу, оскільки у переважної більшості покупців немає можливості дістатися до інших магазинів поза місцем проживання.

Самообслуговування в магазинах використовується рідко. У дрібних магазинах зазвичай один службовець очікує покупця, інший виписує рахунок, третій - упаковує товар. Причому останнє не завжди має місце. Компанія, отримавши ліцензію на експорт в Індію, провела переговори з одним з бомбейських оптовиків. Однак, до прийняття остаточного рішення президент компанії вважає, що необхідно більш детально вивчити всі питання збуту, які можуть виявитися важливими для компанії. Завдання;

1. Оцінити обґрунтованість вибору збутових каналів фахівцями компанії. Дайте свої пропозиції.

2. Розробити вимоги до збутової мережі, які слід було б використовувати при оцінці можливих ділових відносин компанії з бомбейськими оптовиками.

3. Продумайте можливості і методи управління збутом.

Кейс 12.

ТОВ «Весна» - товариство з обмеженою відповідальністю, яке здійснює такі види діяльності:

- оптова та роздрібна реалізація продовольчих і непродовольчих товарів народного споживання, продуктів харчування та продукції виробничо-технічного призначення, в тому числі оподатковуваних в установленому порядку акцизами;

- торгово-закупівельна та торгово-посередницька діяльність;

- продаж вино-горілчаних виробів;

- виробництво товарів народного споживання;

Торговельне підприємство пропонує продукти харчування тільки високої якості і за доступними цінами. Принцип роботи ТОВ «Весна» - забезпечити можливість для покупця швидко і вигідно придбати широкий спектр продовольчих товарів.

За роки існування у ТОВ «Весна» сформована значна збутова мережа, фірма заробила гарну репутацію в ділових колах.

Клієнтами ТОВ «Весна» є: продуктові магазини, супермаркети, ларьки, палатки, відділи у великих універсальних магазинах, кафе, бари, ресторани.

Пошук нових покупців і забезпечення взаємодії з ними здійснюється агентами. В обов'язки агента входить обходити магазини, розносити бланки замовлень, приймати замовлення. Постачальниками підприємства є товаровиробники м. Миколаєва, українські великі виробники.

Продукція ТОВ «Весна» відрізняється від продукції своїх конкурентів високою якістю, прийнятними цінами. Продукція ТОВ «Весна» знаходиться на стадії зростання. Однак фірма не проводить політику розширення асортименту продукції.

Асортимент ТОВ «Весна» змішаний і дуже високу кількість номенклатури товарів становить понад п'ять тисяч найменувань. На першому місці за кількістю асортименту товару стоять вино-горілчані вироби. Вони приносять магазину велику частку доходів.

Структура асортименту ТОВ «Весна» в таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз товарообігу ТОВ «Весна» в розрізі асортименту за 2017-2019 рр.

Найменування товару	2017		2018		2019	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Ковбасні вироби	1261,9	17,7	1033,6	11,0	690,1	7,1
Масло жир.	221,3	3,1	440	4,7	510	5,3
Масло рослин.	220,2	3,1	490	5,2	481	5,0
Сири	135,4	1,9	580	6,2	652,6	6,8
Молочная продукція	501	7,0	520	5,5	536,6	5,6
Чай, кофе	325,1	4,6	398	4,2	618	6,4
Хліб, хлібобул. вир.	1100	15,5	1800	19,1	1100	11,4
Крупи	170,3	2,4	240	2,5	340,5	3,5
Макаронні вир.	136,6	1,9	390	4,1	451	4,7
Водка и лік/вод. вир.	2253	31,7	2404	25,5	2547,6	26,4
Кондитерські вир.	311	4,4	422	4,5	511	5,3
Рибні і овочеві консерви	62,2	0,9	80,3	0,9	94	1,0
Соки, води	201	2,8	324	3,4	840	8,7
Та інше	211	3,0	306,1	3,2	280	2,9
Всього	7110	100	9428	100	9652,4	100

Завдання:

1. Визначте вплив асортименту на товарообіг торгового підприємства ТОВ «Весна».
2. Проведіть АВС-аналіз товарного асортименту (на підставі даних таблиці 1). Зробіть висновки щодо ключових товарних груп.
3. Опишіть заходи щодо поліпшення асортиментної політики торгового підприємства.

Типові тестові завдання до групових занять

1. Управління асортиментом – це:
 - а) діяльність, спрямована на досягнення вимог раціональності асортименту;
 - б) загальні наміри, можливості і основні напрями, сформульовані вищим керівництвом організації щодо асортименту;
 - в) діяльність щодо складання набору товарів, який дозволяє задовольнити реальні або прогнозовані потреби, а також досягти цілей, визначених керівництвом організації;
 - г) аналіз способів використання товарів і особливостей купівельної поведінки.
2. Асортиментна політика – це:
 - а) діяльність, спрямована на досягнення вимог раціональності асортименту;
 - б) загальні наміри, можливості і основні напрями, сформульовані вищим керівництвом організації щодо асортименту;
 - в) діяльність щодо складання набору товарів, який дозволяє задовольнити реальні або прогнозовані потреби, а також досягти цілей, визначених керівництвом організації;
 - г) оцінка існуючих товарів-аналогів, що випускаються конкурентами.
3. Формування асортименту – це:
 - а) діяльність, спрямована на досягнення вимог раціональності асортименту;
 - б) загальні наміри, можливості і основні напрями, сформульовані вищим керівництвом організації щодо асортименту;
 - в) цілеспрямований підбір товарів за групами, підгрупами, видами та різновидами з урахуванням попиту споживачів та забезпечення рентабельності торговельної діяльності ;
 - г) якісні і кількісні зміни стану набору товарів, що характеризуються збільшенням показника новизни.
4. До загальних факторів формування асортименту товарів відносять:
 - а) канали розподілу товарів, методи стимулювання збуту і сегмент споживачів;
 - б) попит і рентабельність;
 - в) сировинна і матеріально-технічна база виробництва;
 - г) досягнення науково-технічного прогресу і ефективність виробництва.
5. Кількісні і якісні зміни асортименту товарів за рахунок зменшення його широти і повноти – це:
 - а) скорочення асортименту;
 - б) розширення асортименту;
 - в) поглиблення асортименту;
 - г) стабілізація асортименту.
6. Кількісні і якісні зміни набору товарів за рахунок збільшення показників широти, повноти, глибини і новизни – це:
 - а) скорочення асортименту;
 - б) розширення асортименту;
 - в) поглиблення асортименту;
 - г) стабілізація асортименту.
7. Кількісні зміни асортименту товарів за рахунок розробки і пропозиції нових торгових марок та/або їх модифікацій – це:
 - а) скорочення асортименту;
 - б) розширення асортименту;
 - в) поглиблення асортименту;
 - г) стабілізація асортименту.
8. Стан набору товарів, що характеризується високою стійкістю і низьким ступенем оновлення, – це:
 - а) скорочення асортименту;
 - б) розширення асортименту;
 - в) поглиблення асортименту;
 - г) стабілізація асортименту.

9. Процес поповнення торгового асортименту новими групами, підгрупами, видами і різновидами товарів – це:

- а) оновлення асортименту;
- б) розширення асортименту;
- в) вдосконалення асортименту;
- г) гармонізація асортименту.

10. Кількісні і якісні зміни стану набору товарів для підвищення його раціональності – це:

- а) оновлення асортименту;
- б) розширення асортименту;
- в) вдосконалення асортименту;
- г) гармонізація асортименту.

11. Кількісні і якісні зміни стану набору товарів, що відображають ступінь близькості реального асортименту до оптимального або кращих зарубіжних і вітчизняних аналогів, – це:

- а) оновлення асортименту;
- б) розширення асортименту;
- в) вдосконалення асортименту;
- г) гармонізація асортименту.

4.4. Завдання для самостійної роботи

Самостійна навчальна робота студента є обов'язковою частиною навчального процесу. Самостійна навчальна робота розрахована на формування практичних навичок у роботі студентів зі спеціальною літературою, орієнтація їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення набутих знань і глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем функціонування й розвитку підприємства.

Самостійна робота складається з індивідуально-розрахункового завдання, яке поєднує дві роботи.

Індивідуальне - розрахункове завдання.

1. Провести ABC-аналіз частині асортименту відділу побутової техніки за категоріями за даним викладача.

2. Користуючись даними таблиці виданої викладачем проаналізуйте продуктивний портфель компанії-виробника товару за допомогою матриці БКГ. Виявить стратегічно непривабливі товари, включити їх з портфелю та перерахувавши показники побудуйте нову матрицю БКГ.

Методичне забезпечення

1. Засоби навчання:

- Друковані (підручники і навчальні посібники, журнали в бібліотеці ЧНУ ім. Петра Могили)
- Електронні освітні ресурси (електронні матеріали комплексу навчально-методичного забезпечення з «Управління товарним асортиментом» розміщені в базі навчально-контролюючої програми «Moodle» на сайті ЧНУ ім. Петра Могили
 - Аудіовізуальні (слайди)
 - Демонстраційні (презентація)
 - ТЗН (ноутбук, і т.д.)

Матеріально-технічне та/або інформаційне забезпечення

- Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер);
- Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi;
- OS: Windows, Android, iOS;
- Browsers: Chrome / Opera / Mozilla Firefox / MS Edge;
- Програмне забезпечення: Word, Excel, 1С:Підприємство конфігурація "Управління торгівельним підприємством", PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet;

– Система електронного навчання Moodle 3.9

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
з дисципліни «Управління товарним асортиментом»
денна форма навчання

Кількість годин СРС за навчальним планом: 75 годин

Самостійна робота студента – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача. Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам:

Види самостійної роботи	Трудо- місткість (годин)	Планові терміни виконання	Форми контролю	Максимальна кількість балів
<i>Види робіт на семінарських (практичних, лабораторних) заняттях</i>				
1. Підготовка до практичних (семінарських) занять та кейсів.	19	Протягом семестру	Опитування та виконання практичних завдань на групових заняттях та наявність їх в системі Moodle	3,5
2. Вивчення лекційного матеріалу	20	Протягом семестру	Опитування на заняттях	9x0,5=4,5
4. Виконання індивідуального- разрахункового завдання	20	Протягом семестру	Виконане завдання в системі Moodle	2x 3=6
5. Підготовка до підсумкового контролю та іспиту	16	Протягом семестру	Аудиторна робота	2x2,5=5
<i>Разом балів за СРС</i>	75			19

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
з дисципліни «Управління товарним асортиментом»
заочна форма навчання

Кількість годин СРС за навчальним планом: 102 годин

Самостійна робота студента – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача. Основні види самостійної роботи, які запропоновані студентам:

Види самостійної роботи	Трудо- місткість (годин)	Планові терміни виконання	Форми контролю	Максимальна кількість балів
<i>Види робіт на семінарських (практичних, лабораторних) заняттях</i>				
1. Підготовка до практичних (семінарських) занять та кейсів	24	Протягом семестру	Опитування та виконання практичних завдань на	3,5

Види самостійної роботи	Трудо- місткість (годин)	Планові терміни виконання	Форми контролю	Максимальна кількість балів
			групових заняттях та наявність їх в системі Moodle	
2. Вивчення лекційного матеріалу	33	Протягом семестру	Опитування на заняттях	18x0,25=4,5
4. Виконання індивідуального- разрахункового завдання	25	Протягом семестру	Виконане завдання в системі Moodle	2x 3=6
5. Підготовка до контрольної роботи та іспиту	20	Протягом семестру	Аудиторна робота	2x3=6
<i>Разом балів за СРС</i>	102			19

Забезпечення освітнього процесу

Використання електронного навчання в системі Moodle ЧНУ ім. Петра Могили.

5. Підсумковий контроль

У цьому розділі наведено питання до змістових модулів, «0» варіант модульної контрольної роботи, типові тестові завдання, питання до іспиту, які свідчити про успішність засвоєння матеріалу студентом.

Питання до іспиту

1. Дайте визначення понять «корисність речі», «благо речі», «вартість речі», «цінність речі». Поясніть що таке властивість речі?
2. Дайте визначення поняття «товар». Поясніть суть споживчої цінності товару.
3. Охарактеризуйте як класифікують товари?
4. Дайте визначення життєвого циклу товару. Вкажіть і охарактеризуйте основні фази (етапи, стадії) життєвого циклу товару.
5. Що таке товарний асортимент і які його основні характеристики? Чим відрізняється поняття товарної номенклатури?
6. У чому полягає завдання асортиментної політики підприємств?
7. За якими напрямками проводиться аналіз товарного асортименту?
8. У чому полягає суть раціонального споживання (ужиткування) товарів?
9. Які чинники (фактори) впливають на формування потреб людини?
10. Якими кількісними показниками і характеристиками оцінюють потреби населення в товарах?
11. Які Ви знаєте способи і засоби задоволення потреб людини в товарах?
12. Що таке властивості та наведіть її класифікацію?
13. Охарактеризуйте якісні та кількісні показники натуральних властивостей товарів.
14. Що таке метод пізнання натуральних властивостей виробів?
15. Які бувають методи пізнання натуральних та споживчих (ужиткових) властивостей виробів?
16. Поясніть особливості органолептичного методу дослідження в управлінні товарним асортиментом.

17. Охарактеризуйте класифікацію основних потреб людини за різними ознаками.
18. Поясніть у чому полягає суть раціонального споживання (ужиткування) товарів?
19. Поясніть які чинники (фактори) впливають на формування потреб людини?
20. Поясніть якими кількісними показниками і характеристиками оцінюють потреби населення в товарах?
21. Охарактеризуйте способи і засоби задоволення потреб людини в товарах?
22. Поясніть що таке властивості та наведіть її класифікацію?
23. Охарактеризуйте якісні та кількісні показники натуральних властивостей товарів.
24. Охарактеризуйте хімічні властивості товарів та їх характеристика.
25. Охарактеризуйте фізичні властивості товарів та їх характеристика.
26. Охарактеризуйте функціональні властивості товарів.
27. Дайте визначення поняття «асортимент». Охарактеризуйте підходи щодо його тлумачення.
28. Дайте порівняльну характеристику ієрархічного і фасетного методів класифікації товарів.
29. За якими ознаками класифікується асортимент?
30. Охарактеризуйте асортимент товарів в залежності від широти охоплення товарів.
31. На які види поділяється асортимент в залежності від глибини охоплення товарів?
32. Що таке раціональний асортимент? Поясніть способи його досягнення.
33. Яку роль в діяльності підприємства грає асортиментної політики?
34. Поясніть сутність асортименту однорідних груп.
35. Охарактеризуйте основні властивості асортименту продукції.
36. Поясніть якими показниками характеризується широта асортименту?
37. Поясніть розраховуються коефіцієнти широти, повноти і глибини асортименту?
38. Обґрунтуйте необхідність оновлення асортименту на підприємствах.
39. Поясніть що мається на увазі під гармонійністю асортименту?
40. Що мається на увазі під гармонійністю асортименту?
41. Поясніть чим відрізняється видовий асортимент товарів від марочного?
42. Поясніть де використовується супутній асортимент товарів?
43. Поясніть як визначається оптимальність асортименту?
44. Охарактеризуйте суть асортименту товарів в залежності від характеру потреб.
45. Поняття асортимент товару та його соціально-економічне значення.
46. Поясніть визначення "товарна номенклатура" та його відмінність від поняття "асортимент товарів".
47. Охарактеризуйте суть групи, підгрупи і виду асортименту.
48. Охарактеризуйте поняття управління асортиментом товарів, його мету, завдання.
49. Охарактеризуйте причини виникнення управління асортиментом.
50. Охарактеризуйте предмет та об'єкт управління асортиментом.
51. Охарактеризуйте сучасні принципи управління асортиментом.
52. Охарактеризуйте види асортиментної стратегії.
53. Охарактеризуйте процедури процесу управління асортиментом.
54. Надайте поняття та характеристику роздрібною торговельною мережі.
55. Охарактеризуйте сутність і зміст асортиментної політики в торгівлі.
56. Охарактеризуйте чинники, які впливають на формування асортименту товарів.
57. Охарактеризуйте принципи та ознаки формування асортименту.

58. Поясніть сутність поняття і класифікацію торгового асортименту товарів
59. Охарактеризуйте асортиментні переліки товарів.
60. Охарактеризуйте сутність формування асортименту у продовольчих магазинах.
61. Охарактеризуйте сутність формування асортименту у непродовольчих магазинах
62. Оптова торгівля та її роль на ринку товарів
63. Охарактеризуйте функції оптової торгівлі при перетворенні промислового асортименту товарів в торговий.
64. Поясніть сутність управління товарними запасами в оптовій торгівлі.
65. Охарактеризуйте облік товарних запасів та контроль за їх станом.
66. Охарактеризуйте формування асортименту на оптовому підприємстві.
67. Охарактеризуйте суть виникнення категорійного менеджменту (КМ).
68. Охарактеризуйте сутність категорійного менеджменту.
69. Охарактеризуйте переваги впровадження категорійного менеджменту.
70. Охарактеризуйте основні перешкоди при впровадженні категорійного менеджменту.
71. Охарактеризуйте посаду категорійного менеджера як сучасного фахівця з управління асортиментом.
72. Поясніть суть категорійного мерчандайзингу
73. Охарактеризуйте основні правила і принципи категорійного мерчандайзингу.
74. Охарактеризуйте вплив категорійного мерчандайзингу на продаж товару.
75. Охарактеризуйте проблеми при впровадженні категорійного мерчандайзингу.
76. Охарактеризуйте схему процесу управління товарною категорією на підприємстві торгівлі.
77. Охарактеризуйте категорію товару як незалежну бізнес-одиницю.
78. Охарактеризуйте переваги категорійного менеджменту: для продавця та для клієнта (покупця).
79. Охарактеризуйте сутність формування системи КМ.
80. Охарактеризуйте види схем управління КМ.
81. Охарактеризуйте правила формування категорій.
82. Визначте роль категорії.
83. Охарактеризуйте структурний аналіз асортименту.
84. Охарактеризуйте методологію ABC аналізу
85. Охарактеризуйте методологію XYZ аналізу.
86. Охарактеризуйте методологію матричного аналізу.
87. Показники ефективності управління категорією.
88. Охарактеризуйте етапи діяльності при розробці асортименту.
89. Обґрунтуйте суть стратегії товарної категорії.
90. Обґрунтуйте поняття "товарні категорії в управлінні асортиментом.

Підсумкова робота є складовою поточного контролю і здійснюється в формі виконання студентом підсумкової контрольної роботи.

**Підсумкова контрольна робота
з навчальної дисципліни
«Управління товарним асортиментом»**

Варіант № 0

1. Охарактеризуйте вплив категорійного мерчандайзингу на продаж товару.
 2. Охарактеризуйте структурний аналіз асортименту.
 3. Охарактеризуйте чинники, які впливають на формування асортименту товарів.
- Задача.

Визначіть ступінь оновлення асортименту дрібнооптового асортименту за такими даними: дрібнооптовий магазин реалізує 25 видів парфумерної продукції, з них 7- нові, що раніше не продавались.

Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства

Протокол № ___ від „___” _____ р.

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Кузьменко О.Б.
(прізвище та ініціали)

Семенчук І.М.
(прізвище та ініціали)

Типовий іспитовий білет

Чорноморський національний університет імені Петра Могили
(повне найменування вищого навчального закладу)

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Семестр: 9

Навчальна дисципліна «Управління товарним асортиментом»

ІСПИТОВИЙ БІЛЕТ № 0

1. Теоретичні питання:

1. Дайте характеристику принципам управління товарним асортиментом.
2. Охарактеризуйте етапи проведення ABC аналізу.

2. Задача.

В асортименті хлібобулочного магазину - 35 найменувань продукції, 7 з них користуються стійким попитом. Розрахувати коефіцієнт стійкості.

Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства

Протокол № ___ від „___” _____ р.

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Екзаменатор _____
(підпис)

Кузьменко О.Б.
(прізвище та ініціали)

Семенчук І.М.
(прізвище та ініціали)

6. Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання

Розподіл балів, які отримують студенти
Денна форма навчання

№	Вид діяльності (завдання)	Максимальна кількість балів
1	Практичне заняття № 1	2
2	Практичне заняття № 2	2
3	Практичне заняття № 3	2
4	Практичне заняття № 4	2
5	Практичне заняття № 5	2
6	Практичне заняття № 6	2
7	Практичне заняття № 7	2
8	Практичне заняття № 8	2
9	Практичне заняття № 9	2
10	Практичне заняття № 10	2
11	Практичне заняття № 11	2
12	Практичне заняття № 12	2
13	Практичне заняття № 13	2
14	Практичне заняття № 14	2
15	Практичне заняття № 15 Підсумкове заняття. ПКР	13
17	СРС	19
18	Іспит	40
	Всього	100

Методи навчання

Під час навчання дисципліни застосовуються наступні методи навчання:

– за джерелом передачі та сприймання навчальної інформації – словесні, наочні, практичні (гостьові лекції, лекції з аналізом конкретних ситуацій);

– за характером пізнавальної діяльності студентів – пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемне викладання;

– залежно від основної дидактичної мети і завдань – методи оволодіння новими знаннями, формування вмінь і навичок, перевірки та оцінювання знань, умінь і навичок; методи усного викладу знань, закріплення навчального матеріалу, самостійної роботи студентів з осмислення й засвоєння нового матеріалу роботи із застосування знань на практиці та вироблення вмінь і навичок, перевірки та оцінювання знань, умінь і навичок;

– з точки зору цілісного підходу до діяльності у процесі навчання – методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності; стимулювання й мотивація здобувачів освіти, контролю, самоконтролю в навчанні;

– інтерактивні методи навчання: кейс-методи, які дають змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів. Він сприяє розвитку винахідливості, вмінню вирішувати проблеми, розвиває здібності проводити аналіз і діагностику проблем, спілкуватися іноземною мовою.

Програмні результати навчання ОП	Методи навчання	Форми оцінювання
РН 1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності	Практичне заняття, кейси, гостьові лекції, лекції з аналізом конкретних ситуацій, самостійна робота	Тест, кейс, індивідуальне - розрахункове завдання, контрольна робота
РН 7. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.	Практичне заняття, кейси, гостьові лекції, лекції з аналізом конкретних ситуацій, самостійна	Тест, кейс, індивідуальне - розрахункове завдання, контрольна робота
РН 9. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та/або біржових структур за умов невизначеності та ризиків	Практичне заняття, кейси, гостьові лекції, лекції з аналізом конкретних ситуацій, самостійна	Тест, кейс, індивідуальне - розрахункове завдання, контрольна робота
РН 10. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур	Практичне заняття, кейси, гостьові лекції, лекції з аналізом конкретних ситуацій, самостійна	Тест, кейс, індивідуальне - розрахункове завдання, контрольна робота

Методи контролю

Позитивна оцінка поточної успішності (сумарного результату за семестр) за умови відсутності пропущених або невідпрацьованих семінарських занять є підставою допуску до підсумкової форми контролю.

З дисципліни «Економіка та організація торгівлі» передбачена така форма звітності, як іспит. Протягом семестру студент може набрати 60 балів. На іспиту – максимально 40 балів. Для допуску до екзамену студент повинен набрати за результатами поточного контролю не менше 30 балів. Підсумковий контроль проводиться в письмовій формі.

Поточний контроль

Поточний контроль для отримання 70 балів складається:

- практичні заняття – max – 28 балів за 14 занять ;
- виконання ПКР – 13 балів;
- СРС – 19 балів

Під час практичних занять застосовуються такі засоби контролю як: усне опитування з питань поставлених у плані семінарських занять, самостійної роботи, а також за допомогою письмових теоретичних тестів, розв'язання задач.

Максимальна кількість балів, що може бути отримана студентом за практичне заняття складає 2 бали. Відповідно:

Критерії оцінювання знань студентів під час практичних занять

Оцінка	Критерії
2	<ul style="list-style-type: none"> - студент упродовж всього заняття виявляє ініціативу до обговорення поставлених викладачем проблем, дає розгорнуті та якісні відповіді на запитання; - виявляє творчі здібності у розумінні, викладенні й використанні навчально-програмного матеріалу; - висловлює та аргументує власне ставлення до альтернативних поглядів на питання; - використовує актуальні фактичні та статистичні дані, дати та історичні періоди, які підтверджують тези відповіді на питання; - виявляє знання необхідних законів і нормативних матеріалів України, міжнародних та міждержавних угод з обов'язковим на них посиланням під час розкриття питань, які того потребують; - робить доречні повідомлення на основі додатково вивченого матеріалу за відповідною тематикою.
1	<ul style="list-style-type: none"> - студент упродовж всього заняття виявляє ініціативу до обговорення поставлених викладачем проблем, дає розгорнуті відповіді на запитання, однак допускає незначних помилок; - під час відповіді студент якісно відтворює матеріали основної літератури за курсом, однак не може аргументувати власної точки зору з конкретного питання; - виявляє ґрунтовні знання матеріалу основної літератури за курсом.
0	<ul style="list-style-type: none"> - студент не приймає участі у проведенні заняття; - не проявляє ініціативи; - неповно та неякісно відповідає на поставлені викладачем питання; - не виявляє ґрунтовних знань матеріалів основної літератури за курсом; - не виявляє знання необхідних законів і нормативних матеріалів. - відмовляється відповідати на поставленні викладачем запитання.

Підсумкова оцінка формується за загальною кількістю набраних балів.

Контроль за виконанням модульних завдань денна форма навчання

Мета модульного контролю полягає в закріпленні та поглибленні студентами теоретичних і практичних знань, в поступовій підготовці до іспиту, стимулюванні студентів до активної праці протягом усього навчального семестру.

Основними завданнями модульного контролю є:

- засвоєння теоретичних питань, включених до складу питань до іспиту;
- набуття студентами практичних навичок при розв'язанні типових задач та проблемних завдань.

ПКР оцінюється в діапазоні від 0 до 13 балів (включно).

Кожне виконане теоретичне завдання (3 питання) оцінюється в діапазоні від 0 до 3 бали.
Задача - 4 бали.

Критерії оцінювання відповідей на теоретичні питання в КР

- 3 бали** студент дає глибокі та теоретично обґрунтовані правильні відповіді на поставлене питання; демонструє здатність здійснювати порівняльний аналіз різних категорій, робити логічні узагальнення та висновки; здатність висловлювати та аргументувати власне ставлення до певного питання; використовує фактичні та статистичні дані, які підтверджують відповідь; демонструє знання економічних законів та їх практичне застосування.
- 2 бали** питання викладено не достатньо глибоко. Відповіді не глибокі, містять істотні помилки, у тому числі у висновках, аргументація слабка. Подача матеріалу ускладнює його розуміння.
- 1 бал** студент має перебіги у знанні матеріалу у розкритті змісту питань допущені значні помилки. При викладенні матеріалу відсутня послідовність і чіткість, мова бідна, не достатньо глибоке обґрунтування висновків та прикладів. Відповідь надано у занадто стислій формі.
- 0 балів** студент зовсім не відповідає на поставлене питання або відповідає неправильно. У відповіді відсутні докази та аргументи. Висновки відсутні або не відповідають загально визначеним, є помилковими. Відповідь містить зайвий матеріал, що не відповідає змісту питань і свідчить про не здатність студента зрозуміти питання. Відповідь, ідентична тексту підручника чи конспекту на це питання.

Критерії оцінювання задачі в КР

- 4 балів** студент дає повну, вичерпну відповідь. Вона складається з правильного арифметичного результату; доцільного і логічного теоретичного обґрунтування виконаних розрахунків; вірного посилання (за необхідністю) на відповідні законодавчі та нормативні акти
- 3 балів** студент дає повну та обґрунтовану відповідь. Вона складається з доцільного і логічного теоретичного обґрунтування отриманого результату, вірного посилання на відповідні закономірності, принципи, але має неточності у визначеннях, формулюваннях
- 2 бали** студент дав неповні відповіді на запитання, ухилився від аргументації, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, вірно розв'язав задачі, не пояснивши хід розв'язання
- 1 бал** студент зовсім не розв'язує задачі або розв'язує її невірно; опис та розв'язок є повністю ідентичним опису і розв'язку задачі іншим студентом
- 0 балів** невиконане завдання

Підсумкова оцінка формується за загальною кількістю набраних балів.

Контрольна робота заочна форма навчання

Граничний термін подання контрольної роботи на кафедру економіки та підприємництва - за 2 тижні до початку екзаменаційної сесії. Як виняток, допускається прийняття до перевірки робіт перед початком сесії за дозволом «Навчально-наукового інституту післядипломної освіти» з врахуванням поважних причин, підтверджених документально.

Домашня контрольна робота оцінюється із 26 балів.

№ пп	Критерії оцінювання контрольної роботи	Бали контрольної роботи
1.	Оформлення контрольної роботи відповідає вимогам до написання контрольних робіт	3
2.	Своєчасна реєстрація контрольної роботи	3
3.	В контрольній роботі логічна послідовність і науковий стиль викладу, без ознак плагіату розкрив теоретичне питання;	5
4.	Викладення теоретичної частини контрольної роботи відповідає вимогам: (глибина, всебічність і повнота викладення теоретичного матеріалу, показані дискусійні питання тощо)	3
5.	Практична частина контрольної роботи відповідає вимогам: (табличний та ілюстративний матеріал або його аналіз, використані дані за останні роки, наведені дані пов'язані зі змістом тексту, аналіз поданого практичного матеріалу або його динаміка тощо)	3
6.	Проблемна частина контрольної роботи відповідає вимогам: (виявлена проблема по даній темі, визначені шляхи вирішення проблем, зазначено шляхів вдосконалення, присутня власна точка зору чи її аргументація тощо)	3
7.	Висновки відповідають вимогам: (мають зв'язок з результатами дослідження, підведені підсумки по всіх висвітлених питаннях, визначені шляхи і напрями вирішення проблемних аспектів теми тощо)	3
8.	Список літературних джерел відповідає вимогам: (правильно оформлений, присутня законодавча та інформаційна бази, сучасна періодична література тощо).	3
	РАЗОМ	26

Підсумкова оцінка формується за загальною балів.

Після перевірки та рецензування контрольної роботи викладачем кафедри економіки підприємства виводиться оцінка за виконання та оформлення контрольної роботи за 100-бальною шкалою.

Контроль за виконанням завдань для самостійної роботи (денна, заочна форма навчання)

Оцінка самостійної роботи здійснюється на підставі належним чином оформлених і вчасно поданих викладачеві письмових матеріалів в системі Moodle ЧНУ ім. Петра Могили.

Виконання самостійної роботи студентом — 19 балів:

1. **Підготовка до практичних (семінарських) занять** (9 занять) оцінюється в 1 бал за заняття та 0 балів за відсутності підготовки до практичних занять;
2. **Самостійне опрацювання додаткової літературних джерел та питань для самоконтролю засвоєння змісту навчального матеріалу** (8 занять) оцінюється максимально в

0,5 бал за заняття (грунтовне опрацювання програмного теоретичного матеріалу), 0,4 бали за заняття (на достатньому рівні опрацьовані основні теоретичні положення), 0,3 бали (поверхньо проаналізовані події, економічні ситуації, зроблені певні висновки), 0,2 бали (частково орієнтується в поняттях, визначеннях, категоріях. Висновки нелогічні, непослідовні.), 0,1 бал (опрацювання передбачає неповні, не точні відповіді) та 0 балів за відсутності опрацювання;

3. Індивідуальне - розрахункове завдання:

Шкала оцінювання знань студентів при виконанні індивідуально – розрахункової роботи

	Рівень виконання розрахункової роботи	Бали
1	- завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; - здійснено посилання на нормативну базу; - показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного розрахунку.	3
2	- завдання розв'язані, але містять грубі помилки; - завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; - не сформульовані висновки за результатами розрахунків	2
3	- завдання виконані частково і неякісно; - записані тільки формули	1
4	- завдання не виконано.	0

Оцінка за виконання індивідуально – розрахункової роботи, додається до підсумкової оцінки і включається до загального розрахунку балів.

4. Підготовка до модульного контролю та іспиту:

2,5 бали за підготовку до контрольної роботи;

2,5 бали за підготовку до іспиту.

Оцінювання іспиту

Студенти отримують білет з трьох завдань за які можна набрати максимально 40 балів. 40 виставляється таким чином:

Кожне з двох теоретичних завдань екзаменаційного білету оцінюється за шкалою: «10» балів.

Повна відповідь на чотири завдання, яка оцінюється у «8-10» балів, повинна відповідати таким вимогам:

- 1) розгорнутий, вичерпний виклад змісту даної у питанні проблеми;
- 2) повний перелік необхідних для розкриття змісту питання категорій;
- 3) виявлення творчих здібностей у розумінні, викладенні й використанні навчально-програмного матеріалу;
- 4) здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки й узагальнення; знання історії створення таких теорій та еволюції поглядів основних представників;
- 5) уміння користуватись методами наукового аналізу явищ, процесів і характеризувати їхні риси та форми виявлення;
- 6) демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання;
- 7) використання актуальних фактичних та статистичних даних при відповіді на питання;
- 8) знання необхідних визначень під час розкриття питань, які того потребують;

9) знання шляхів вирішенні проблем в товарознавстві, які ставляться у конкретному питанні;

10) засвоєння основної та додаткової літератури.

Задача оцінюється максимально в 20 балів. В 20-18 балів оцінюється правильно вирішена задача з застосуванням необхідних формул та відповідними поясненнями. В 17-15 балів оцінюється задача, якщо застосований правильний метод вирішення, проте відповідь є нечіткою або невірною. В 14-1 балів оцінюється задача, до вирішення якої застосований невірний підхід, або рішення не доведене до логічного завершення. В 0 балів дане завдання оцінюється в тому випадку, якщо студент не приступив до вирішення задачі.

Критерії оцінювання знань під час іспиту

Оцінювання знань студента під час іспиту здійснюється за 40-бальною шкалою, прийнятою ЧНУ ім. Петра Могили.

30-40 балів ставиться за умов, якщо студент дав ґрунтовні відповіді на всі питання, запропоновані у білеті. Відповідь свідчить, що студент вільно володіє всім матеріалом курсу, передбаченим робочою програмою, при тому, він має не розрізненні знання окремих тем курсу, а володіє ним комплексно. Студент уміє аргументувати свою відповідь, навести необхідні докази, приклади; аналізувати запропоновані історичні ситуації, посилаючись на джерела інформації. Студент розуміє значимість отриманих знань для майбутньої професійної діяльності, підтверджуючи це конкретними прикладами. Найвища оцінка ставиться також за вміння наводити протилежні підходи до оцінки тих чи інших історичних феноменів, співставлення різних наукових позицій, уміння вести полеміку з дослідниками. Під час відповіді студент має продемонструвати не репродуктивну, а творчу розумову діяльність.

18-29 балів ставиться за умов, якщо студент викладає відповідь на кожне питання білету логічно, розкриваючи основний зміст. Разом з тим, відповіді не вистачає ґрунтовності, всебічності, деякі важливі нюанси пропущені. При доборі та наведенні фактів та прикладів студент припускається незначних помилок. В той же час, студент не розуміє актуальності висвітлених питань. У висловлюванні власної думки зустрічаються певні неточності. Висновки не носять повного та логічного підсумку.

11-17 балів виставляється студенту в разі, якщо він не повністю розкрив питання білету або не відповів на одне з них, що свідчить про відсутність повного комплексного засвоєння матеріалу курсу (знає лише певні теми). Відсутня ґрунтовність у розгляді питань, порушується логіка викладу питання. Студент не вміє аналізувати матеріал, не розуміє актуальності проблеми для сьогодення. Аргументація відповіді слабка, вибіркова, мають місце суттєві помилки у використанні фактичного матеріалу. Висновки не відбивають суті питання або відсутні.

До 10 балів виставляється студенту в разі, коли кожне з питань розкрито поверхово, або не розкриті зовсім. В процесі висвітлення питань допущені значні помилки, студент не знає або плутає фактичний матеріал, не здатний аналізувати основні проблеми, не демонструє творчої розумової діяльності. Власна думка і висновки відсутні.

За іспит виставляється оцінка (якщо у підсумку за поточний, проміжний та підсумковий контроль студент набирає 60 балів).

Розподіл балів за результатами оцінювання питань до іспиту

Номер питання	1	2	3	Всього
Кількість балів	10	10	20	40

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни складається з суми балів за результатами поточного контролю (за умови, що студент набрав не менше 30 балів) та за виконання завдань, винесених в білетах на іспит (за умови, що студент набрав 20 балів).

Переведення даних за 100-бальною шкалою оцінювання під час складання іспиту проводиться за національною та ECTS шкалою:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи., практики	ПМК, залік, атестація
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
67-74	D		
60-66	E	задовільно	не зараховано
35-59	FX	незадовільно	
1-34	F		

Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Оснач О.Ф. Товарознавство: навчальний посібник – Київ: Центр навчальної літератури, 2017. – 219 с
2. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін. – 4-те вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. – 422 с.
3. Шаповал О. Ф. Маркетингова товарна політика [Електронний ресурс] : конспект лекцій для студентів освітнього ступеня "Бакалавр" денної та заочної форм навчання / О. Ф. Шаповал ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : НУХТ, 2017. – 56 с.
4. Економіка торговельного підприємства. Частина 2. Наочний посібник для кооперативних коледжів. Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / Уклад.: Панченко О. П. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2018. – 136 с.
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. – Київ : Кондор-видавництво, 2017. – 368 с

Додаткові:

1. Савицька Н.Л. Управління попитом : навч.-метод посібник / Н.Л.Савицька, О. М. Прядко. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 197 с
2. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. Б. Юрченко, Р. С. Кравчук, І. Б. Запухляк, І. І. Василик. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. - 377 с.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. – К.: Кондор – Видавництво, 2016. – 378 с
4. Організація торгівлі. Довідник працівника продовольчого магазину: навч. посіб. / [І. В. Юрко, П. Ю. Балабан, О. О. Горячова та ін.] ; за заг. ред. І. В. Юрка. – Харків, 2015. – 304 с.

Інформаційні ресурси

1. Система Moodle ЧНУ ім. Петра Могили
2. <http://www.me.gov.ua> – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
3. <http://www.ukrstat.gov.ua/> – Державна служба статистики України
4. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home> – Євростат
5. <http://www.unecsc.org/> – Європейська економічна комісія ООН

