

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ
Кафедра фінансів, банківської справи та підприємництва

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«СТРАТЕГІЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ»

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
галузь знань	07 Управління та адміністрування
спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
назва освітньої програми	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
статус дисципліни	вибіркова

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегія торговельного менеджменту» для підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Розробник(и):



Т.І. Свинаренко, канд. екон. наук, доцент

Погоджено з групою забезпечення освітньої програми.

Керівник групи забезпечення, гарант освітньої програми:



С.Є. Борисова, д-р екон. наук, доцент,
професор кафедри

Розглянуто і затверджено на методичному семінарі кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва, протокол № 15 від 14.04.2020р:

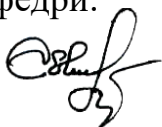
Голова методичного семінару:



С.Я. Єлецьких, д-р екон. наук, професор

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва, протокол № 17 від 21.04.2020р.

Завідувач кафедри:



С.Я. Єлецьких, д-р екон. наук, професор

Розглянуто і затверджено на засіданні Вченої ради факультету економіки та менеджменту, протокол № 7-06-20 від 04.05.2020р.

Голова Вченої ради факультету:



Є.В. Мироненко, д-р техн. наук, професор

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мова навчання: українська.

Статус дисципліни: вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки.

Передумови вивчення навчальної дисципліни (пререквізити): загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти (, Технологія управління торговельною діяльністю, Організація підприємницької та комерційної діяльності, Інноваційне підприємництво, Торговельне підприємництво, Фінансовий менеджмент у сфері бізнесу, Бізнес-діагностика та управління бізнес-діяльністю, та ін.)

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Стратегія торговельного менеджменту» є процес формування системи довгострокових цілей діяльності торговельного підприємства, оцінка стратегії та вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення.

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна / заочна форма навчання	
Кількість кредитів ЄКТС: 4,0	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування»</u> (шифр і назва)	Дисципліна циклу професійної підготовки	
Модулів – 1	Спеціальність: <u>076«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u> (шифр і назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	
Індивідуальне завдання: <u>реферат</u>		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		2-й	
		Лекції	
Дисципліна Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3,0 самостійної роботи здобувача – 3,6	Ступінь вищої освіти: магістр	36/6 год.	
		Практичні	
		18/2год.	
		Самостійна робота	
		66/112 год.	
		у т.ч. індивідуальні завдання: 16	
		Вид контролю: диференційований залік	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання - 9/11(54/66).

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання дисципліни «*Стратегія торговельного менеджменту*» є оволодіння здобувачами вищої освіти базовими фундаментальними знаннями з теорії і практики процесів розробки довгострокових цілей діяльності торговельного підприємства і вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення, здобуття спеціальних теоретичних знань щодо вибору методів розробки стратегії та оцінки її ефективності, набуття навичок їх практичного застосування на підприємствах торгівлі у сучасних умовах господарювання.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є: формування знань, вмінь та уявлень про стратегію торговельного менеджменту, основні етапи та послідовність довгострокового планування розвитку торговельного підприємства, аналізу, обґрунтування та реалізації стратегій суб'єктів торгівлі в умовах ризику та невизначеності.

3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисципліна «*Стратегія торговельного менеджменту*» забезпечує набуття здобувачами вищої освіти **компетентностей**:

Компетентності відповідно до освітньо-професійної програм	
Інтегральна компетентність (ІК)	
ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва, торгівлі та біржової діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.	
Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)
ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.	СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур. СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності. СК 9. Здатність до виконання професійних завдань щодо діагностики й організації підприємницької та торговельної діяльності та володіння технологіями управління біржовими операціями. СК 11. Здатність продемонструвати знання основ і технології управління торговельною діяльністю, забезпечувати даний процес відповідною документацією та розуміти стратегічні аспекти торговельного менеджменту.

Дисципліна «Стратегія торговельного менеджменту» забезпечує набуття здобувачами вищої освіти наступних **результатів навчання**:

<i>Програмні результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми</i>
ПРН 1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.
ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі і біржової діяльності та розробляти заходи щодо їх вирішення.
ПРН 7. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.
ПРН 8. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.
ПРН 15. Вміти розробляти і надавати рекомендації щодо діагностики, організації та управління підприємницькою й торговельною діяльністю та володіти технологіями управління біржовими операціями.
ПРН 17. Вміти продемонструвати знання і розуміння основ й технології управління торговельною діяльністю та визначати стратегію торговельного менеджменту.

Співвідношення компетентностей із програмними результатами навчання

<i>Компетентності</i>	<i>Програмні результати навчання</i>					
	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 15	ПРН 17
ІК	+	+	+	+	+	+
ЗК1	+					
ЗК 2		+				
СК 1			+			
СК 2				+		
СК 9					+	
СК 11						+

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен **знати**:

- еволюцію концепції стратегії торговельного підприємства;
- основні елементи місії підприємства та вимоги до постанови цілей;
- сутнісну характеристику стратегічного контексту торговельного підприємства;
- сучасні технології і методи оцінки зовнішнього середовища підприємств;
- методологію аналізу стратегічного потенціалу торговельного підприємства;
- стратегії бізнесу;
- сутність стратегії диверсифікації і її різновиди;
- методологію портфельного аналізу;
- сутність та принципи формування корпоративної стратегії;

- матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства;
- стратегічні альтернативи діяльності підприємств та методи їх оцінювання;
- особливості декомпанування загальних стратегій підприємства;
- загальні характеристики та стратегічні аспекти функціональних стратегій;

вміти:

- розробляти стратегії підприємства на різних рівнях стратегічного управління;
- обґрунтовувати зміст корпоративної, конкурентної та функціональних стратегій підприємства;
- формулювати місію та цілі торговельного підприємства;
- аналізувати зовнішнє середовище торговельного підприємства;
- володіти методами стратегічного аналізу;
- визначати та оцінювати стратегічний потенціал торговельного підприємства;
- здійснювати вибір конкурентної стратегії підприємства;
- розробляти стратегію диверсифікації діяльності торговельного підприємства;
- використовувати методи портфельного аналізу у виборі альтернативних стратегічних рішень;
- декомпонувати корпоративну стратегію торговельного підприємства;
- формулювати та аналізувати стратегічні альтернативи;
- робити висновки щодо ефективності стратегії торговельного підприємства.

опанувати навичками:

- володіння методами стратегічного аналізу;
- розробки стратегії підприємства на різних рівнях стратегічного управління;
- обґрунтовування змісту корпоративної, конкурентної та функціональних стратегій торговельного підприємства;
- формулювання місії та цілей торговельного підприємства;
- аналізу зовнішнього середовища торговельного підприємства;
- оцінки стратегічного потенціалу торговельного підприємства;
- вибору конкурентної стратегії торговельного підприємства;
- розробки стратегії диверсифікації діяльності торговельного підприємства;
- використання методів портфельного аналізу у виборі альтернативних стратегічних рішень;
- декомпонування корпоративної стратегії торговельного підприємства;
- прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень щодо стратегічних альтернатив та ефективності стратегії торговельного підприємства.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Обсяг у годинах											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	пз	лаб	ін д	с.р		л	пз	лаб	інд	с.р
<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Стратегія торговельного підприємства: сутність, сучасні концепції, послідовність розробки												
Тема 1. Стратегія торговельного менеджменту: сутність, цілі, завдання, етапи розробки.	9	2	1	-	-	6	9,75	0,5	0,25	-	-	9
Тема 2. Сутність стратегії торговельного підприємства.	9	2	1	-	-	6	9,5	0,5	-	-	-	9
Тема 3. Формування місії та цілей торговельного підприємства	9	2	1	-	-	6	9,75	0,5	0,25	-	-	9
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища торговельного підприємства.	9	2	1	-	-	6	9,75	0,5	0,25	-	-	9
Тема 5. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.	10	2	2	-	-	6	9,5	0,5	-	-	-	9
Разом за змістовим модулем 1	46	10	6	-	-	30	48,25	2,5	0,75	-	-	45
Змістовий модуль 2. Види стратегій підприємства, умови їх застосування.												
Тема 6. Корпоративна (загальна) стратегія торговельного підприємства.	11	4	1	-	-	6	10,75	0,5	0,25	-	-	10
Тема 7. Диверсифікація діяльності торговельного підприємства.	11	4	2	-	-	5	9,75	0,5	0,25	-	-	9
Тема 8. Портфельний аналіз.	11	4	2	-	-	5	9,75	0,5	0,25	-	-	9
Тема 9. Конкурентні стратегії торговельного підприємства.	11	4	2	-	-	5	10,5	0,5	-	-	-	10
Тема 10. Функціональна стратегія торговельного підприємства.	11	4	2	-	-	5	10,75	0,5	0,25	-	-	10
Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.	9	2	2	-	-	5	9,5	0,5	-	-	-	9
Тема 12. Реалізація стратегії та управління змінами в торговельному підприємстві.	10	4	1	-	-	5	10,75	0,5	0,25	-	--	10
Разом за змістовим модулем 2	74	26	12	-	-	36	71,75	3,5	1,25	-	--	67
Разом	120	36	18	-	-	66	120	6	2	-	--	112
УСЬОГО ГОДИН	120	36	18	-	-	66	120	6	2	-	--	112

5. ЗМІСТ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1

Змістовий модуль 1.

Стратегія торговельного підприємства: сутність, сучасні концепції, послідовність розробки

Тема Т1. Стратегія торговельного менеджменту: сутність, цілі, завдання етапи розробки.

Лекція 1. Сутність, цілі та завдання торговельного менеджменту

Функції торговельного менеджменту: вибір найбільш ефективних організаційних форм функціонування торгового підприємства і його структурних одиниць; Управління технологічними процесами; Управління процесом обслуговування покупців; Управління персоналом; Управління товарообігом; Управління доходами; Управління витратами; Управління прибутком; Управління активами; Управління капіталом; Управління інвестиціями; Управління господарськими ризиками; Управління фінансовим станом підприємства. Сутність стратегії торговельного менеджменту. Послідовність її розробки. Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу розробки стратегії.

Тема Т2. Сутність стратегії торговельного підприємства

Лекція 2. Основні концепції стратегії підприємства. Еволюція систем планування на підприємстві. Критерії порівняння стратегічного і оперативного управління. Основні процеси стратегічного управління. Обґрунтований вибір ефективної стратегії як ключовий елемент стратегічного управління.

Сутність стратегічного бачення в управлінні підприємством.

Сутність стратегічного успіху. Ключові фактори успіху і стійкі конкурентні переваги.

Багато вимірність стратегії підприємства. Напрями дослідження стратегії підприємства. Етапи формування стратегії підприємства. Ієрархія стратегій підприємства. Стратегічна піраміда мультибізнесової компанії (за А.А. Томпсоном та Дж. Стріклендом)

Тема Т3. Формування місії та цілей торговельного підприємства

Лекція 3. Сутність поняття «місія підприємства». Складові місії підприємства. Принципи та чинники формування місії. Роль і місце цілей у стратегії розвитку підприємства. Генеральна мета підприємства. Система стратегічних цілей підприємства. Класифікація цілей підприємства.

Ключові напрями визначення цілей. Вимоги, що висуваються до формулюванню цілей. Ієрархія цілей підприємства. Структура «дерева цілей». Загальні правила побудови «дерева цілей».

Сучасні підходи до декомпозиції цілей підприємства. Система збалансованих показників.

Коригування цілей підприємства. Аналіз розриву (прогалини) або ЄЛР-аналіз.

Тема Т4. Оцінювання зовнішнього середовища торговельного підприємства.

Лекція 4. Сутність і цілі аналізу стану зовнішнього середовища торговельного підприємства. Структура та елементи середовища підприємства.

Фактори (області) зовнішнього середовища підприємства. Аналіз і прогнозування макросередовища. PEST-аналіз - основний інструмент дослідження макросередовища торговельного підприємства.

Модель п'яти конкурентних сил (М. Портер). Аналіз і прогнозування мікросередовища.

Тема Т5. Аналіз внутрішнього середовища підприємства

Лекція 5. Внутрішнє середовище підприємства, його структура та елементи. Сутність декомпозиції, фактори що її обумовлюють.

Оцінювання внутрішнього середовища підприємства за допомогою SNW - аналізу. SNW-аналіз сильних і слабких сторін організації.

Технологія SWOT-аналізу підприємства. Сутність SPACE-аналізу. Визначення конкурентної сили підприємства.

Сутність та основні етапи проведення бенчмаркінгу.

Змістовий модуль 2.

Види стратегій підприємства, умови їх застосування.

Тема Т6. Корпоративна (загальна) стратегія торговельного підприємства.

Лекція 6-7. Поняття про корпоративну стратегію підприємства. Основні завдання корпоративної стратегії. «Стратегічна одиниця бізнесу» та «Стратегічна зона господарювання».

Види корпоративної стратегії. Стратегічні альтернативи корпоративної стратегії. Стратегічні альтернативи стратегії зростання. Стратегічні альтернативи стратегії стабілізації. Стратегічні альтернативи базової корпоративної стратегії виживання (скорочення): стратегічна альтернатива «зміна курсу»; стратегічна альтернатива реструктуризація»; стратегічна альтернатива «ліквідація».

Тема Т7. Диверсифікація діяльності торговельного підприємства.

Лекція 8-9. Сутність поняття «диверсифікація». Основні фактори, які обумовлюють вибір стратегії диверсифікованого зростання.

Синергічний ефект та його види. Джерела стратегічної відповідності, які можуть утворити синергетичний ефект (за А. А. Томпсоном та А. Дж. Стріклендом).

Види диверсифікації діяльності підприємства. Зв'язана диверсифікація. Два види синергізму: потенційний синергізм, реальний синергізм. Незв'язана диверсифікація. Переваги стратегії незв'язаної диверсифікації.

Тема Т8. Портфельний аналіз.

Лекція 10-11. Сутність портфельного аналізу. Основні завдання портфельного аналізу. Матричні методи формування корпоративної (портфельної) стратегії підприємства. Матриця Бостонської консультативної групи (БКГ). Види стратегії бізнесу.

Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі». Матриця спрямованої політики (модель SheWDPМ). Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла).

Інші матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства. Матриця Ансоффа. Тривимірний модель Абея.

Тема Т9. Конкурентні стратегії торговельного підприємства

Лекція 12-13. Поняття про конкурентні стратегії.

Базові конкурентні стратегії М. Портера. Стратегія лідерства за витратами. Стратегія широкої диференціації.

Характеристика основних видів диференціації. Створення цінності при впровадженні диференціації.

Стратегія оптимальних витрат. Стратегія фокусування. Конкурентні стратегії за Ф. Котлером.

Тема Т10. Загальна характеристика функціональної стратегії торговельного підприємства.

Лекція 14-15. Сутність та призначення функціональних стратегій.

Маркетингова стратегія. Стратегії розвитку науково-дослідних та проектно- конструкторських робіт (НДПКР). Виробнича стратегія підприємства. Стратегія управління персоналом. Фінансова стратегія підприємства. Логістична стратегія.

Інші функціональні стратегії підприємства.

Тема Т11. Альтернативність у стратегічному виборі.

Лекція 16. Вибір варіанта стратегії торговельного підприємства. Методи вибору стратегії в умовах нестабільної економіки.

Оцінка стратегії торговельного підприємства. Основні образи дій при формулюванні стратегії (за М. Мінцбергом): підприємницький, адаптивний і плановий.

Вибір варіанта стратегії торговельного підприємства. Методи вибору стратегії в умовах нестабільної економіки.

Ефективність стратегічного управління.

Тема Т12. Реалізація стратегії та управління змінами в торговельному підприємстві.

Лекція 17-18. Роль та значення стадії реалізації стратегії. Типи стратегічних змін: перебудова організації; радикальне перетворення організації; помірне перетворення; звичайні зміни; незмінне функціонування організації. Коло проблем, з якими мають справу підприємства при реалізації стратегії.

Стратегічне лідерство та подолання опору змінам. Типові організаційні завдання управління змінами: формуванням політичної динаміки на підтримку змін; забезпеченням вмотивованості до змін; підтримка ефективного контролю над процесом трансформації. Дії щодо формування політичної динаміки в підтримку змін (одинадцять кроків). Головні риси ідеального лідера для управління змінами. Сутність матриці «зміни - опір».

Стилі вирішення конфліктів: конкурентний стиль; стиль самоусування; стиль компромісу; стиль співробітництва.

Стратегічний контроль. Стратегічний контроль - це особливий вид управлінської діяльності. Основні етапи стратегічного контролю. Стандарти виконання конкурентної стратегії. Основне завдання контролю. Рекомендації щодо уникнення негативного впливу контролю на поведінку співробітників і та підняття його ефективності.

7. ТЕМИ ЛЕКЦІЙ

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	2	3	4
1	Тема 1. Стратегія торговельного менеджменту: сутність, цілі, завдання, етапи розробки.	2	0,5
2	Тема 2. Сутність стратегії торговельного підприємства.	2	0,5
3	Тема 3. Формування місії та цілей торговельного підприємства.	2	0,5
4	Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища торговельного підприємства	2	0,5
5	Тема 5. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.	2	0,5
6	Тема 6. Корпоративна (загальна) стратегія торговельного підприємства.	4	0,5
7	Тема 7. Диверсифікація діяльності торговельного підприємства.	4	0,5
8	Тема 8. Портфельний аналіз.	4	0,5
9	Тема 9. Конкурентні стратегії торговельного підприємства.	4	0,5
10	Тема 10. Функціональна стратегія торговельного підприємства.	4	0,5
11	Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.	2	0,5
12	Тема 12. Реалізація стратегії та управління змінами в торговельному підприємстві.	4	0,5
Всього годин		36	6

7. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Тема 1. Стратегія торговельного менеджменту: сутність, цілі, завдання, етапи розробки.	1	0,25
2	Тема 2. Сутність стратегії торговельного підприємства.	1	-
3	Тема 3. Формування місії та цілей торговельного підприємства.	1	0,25
4	Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища торговельного підприємства	1	0,25
5	Тема 5. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.	2	0,25
6	Тема 6. Корпоративна (загальна) стратегія торговельного підприємства.	1	0,25
7	Тема 7. Диверсифікація діяльності торговельного підприємства.	2	-
8	Тема 8. Портфельний аналіз.	2	0,25
9	Тема 9. Конкурентні стратегії торговельного підприємства.	2	-
10	Тема 10. Функціональна стратегія торговельного підприємства.	2	0,25
11	Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.	2	-
12	Тема 12. Реалізація стратегії та управління змінами в торговельному підприємстві.	1	0,25
Всього годин		18	2

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	2	3	4
1	Тема 1. Стратегія торговельного менеджменту: сутність, цілі, завдання, етапи розробки.	6	9
2	Тема 2. Сутність стратегії торговельного підприємства.	6	9
3	Тема 3. Формування місії та цілей торговельного підприємства.	6	9
4	Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища торговельного підприємства	6	9
5	Тема 5. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.	6	9
6	Тема 6. Корпоративна (загальна) стратегія торговельного підприємства.	6	10
7	Тема 7. Диверсифікація діяльності торговельного підприємства.	5	9
8	Тема 8. Портфельний аналіз.	5	9
9	Тема 9. Конкурентні стратегії торговельного підприємства.	5	10
10	Тема 10. Функціональна стратегія торговельного підприємства.	5	10
11	Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.	5	9
12	Тема 12. Реалізація стратегії та управління змінами в торговельному підприємстві.	5	10
Всього годин		66	112

9. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

1. Надайте оцінку основним положенням Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки.
2. Проведіть аналіз факторів, що впливають на розвиток торгівлі в Україні.
3. Визначте сутність «місія підприємства». Наведіть приклади місій провідних торговельних компаній.
4. Роль і місце цілей у стратегії розвитку торговельного підприємства.
5. Визначте сучасні ключові вимоги щодо цілей у стратегії розвитку торговельного підприємства.
6. Надайте аналітичну довідку щодо перших 20 компаній з ТОП-100 компаній України за останні роки.
7. Вплив науково-технічного прогресу на розвиток торгівлі в Україні.
8. Огляд передового вітчизняного та зарубіжного досвіду з питань стратегії управління діяльністю торговельного підприємства.
9. Аналіз законодавчого забезпечення функціонування та розвитку торгівлі в Україні.
10. Аналіз основних шляхів стратегічного розвитку роздрібною торгівлі України.
11. Стратегічне управління розвитком оптової торгівлі в країнах ринкової економіки.
12. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства: сутність та оцінка.
13. Охарактеризуйте прогресивні технології продажу та зберігання товарів.
14. Охарактеризуйте прогресивні індустріальні технології товаропостачання.
15. Сучасні логістичні технології в торгівлі та їх переваги.
16. Визначте критерії зіставлення стратегічного і оперативного управління та надайте їх порівняльну характеристику.
17. Надайте характеристику соціально-культурному середовищу країни та впливу його складових на поведінку споживача.
18. Проведіть PEST-аналіз впливу економічних факторів макросередовища та визначте загальний вплив і найбільш вагомі фактори з урахуванням напрямку впливу на підприємство.
19. Побудувати профіль середовища торговельного підприємства.
20. Визначте роль п'яти конкурентних сил за М. Портером у стратегічному аналізі мікросередовища сучасного підприємства.
21. Дослідити основні фінансові результати діяльності торговельного підприємства (за вибором здобувача). Розрахуйте зважену оцінку критеріїв фінансового становища підприємства за SPACE методом.
22. Надайте методику розрахунку зваженої оцінки критеріїв конкурентоспроможності підприємства (на прикладі підприємства за вибором здобувача) за SPACE методом.
23. Визначте методику зваженої оцінки критеріїв стабільності середовища за SPACE методом.
24. Надайте характеристику привабливості галузі (торгівлі) за зваженою оцінкою критеріїв привабливості (SPACE методом).
25. Надайте методику визначення вектору рекомендованої стратегії для підприємства за SPACE методом.
26. Надайте характеристику бенчмаркінгу як методу сучасного менеджменту для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

27. Визначте сучасні стратегічні альтернативи корпоративної стратегії.
28. Надайте сутність диверсифікації та визначте її роль у здатності підприємства до адаптації в умовах змін кон'юнктури ринку.
29. Конкурентна стратегія як спосіб отримання стійких конкурентних переваг у конкурентній боротьбі та задоволення мінливих потреб покупців.
30. Функціональні стратегії підприємства як механізм визначення стратегічної орієнтації підсистем управління підприємством і забезпечення досягнення їх цілей.
31. Надайте аналітичну оцінку щодо використання окремих видів цінових стратегій в управлінні діяльністю торговельного підприємства.
32. Визначте роль стадії реалізації стратегії у процесі здійснення стратегічного управління підприємством та розвитку висококваліфікованого менеджменту.

10. КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Сутність, цілі та завдання торговельного менеджменту.
2. Функції торговельного менеджменту.
3. Сутність стратегії торговельного менеджменту.
4. Послідовність розробки стратегії торговельного менеджменту .
5. Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу розробки стратегії.
6. Основні концепції стратегії торговельного.
7. Еволюція систем планування на підприємстві.
8. Сутність стратегічного бачення в управлінні підприємством.
9. Сутність стратегічного успіху торговельного підприємства.
10. Багатовимірність стратегії підприємства.
11. Ієрархія стратегій підприємства.
12. Сутність поняття «місія підприємства».
13. Принципи та чинники формування місії торговельного підприємства.
14. Роль і місце цілей у стратегії розвитку підприємства.
15. Класифікація цілей підприємства.
16. Ключові напрямки визначення цілей.
17. Вимоги, що висувуються до формулювання цілей.
18. Ієрархія цілей підприємства.
19. Сучасні підходи до декомпозиції цілей підприємства.
20. Коригування цілей підприємства.
21. Структура та елементи середовища підприємства.
22. Аналіз і прогнозування макросередовища торговельного підприємства.
23. PEST-аналіз.
24. Аналіз і прогнозування мікросередовища торговельного підприємства.
25. Внутрішнє середовище підприємства, його структура та елементи.
26. Оцінювання внутрішнього середовища підприємства за допомогою SNW - аналізу.
27. Технологія SWOT–аналізу підприємства.
28. SPACE-аналіз.

29. Визначення конкурентної сили підприємства.
30. Сутність та основні етапи проведення бенчмаркінгу.
31. Поняття про корпоративну стратегію підприємства.
32. Стратегічні альтернативи стратегії зростання.
33. Стратегічні альтернативи стратегії стабілізації.
34. Стратегічні альтернативи базової корпоративної стратегії виживання (скорочення).
35. Сутність поняття «диверсифікація».
36. Синергічний ефект та його види.
37. Зв'язана диверсифікація.
38. Незв'язана диверсифікація.
39. Сутність портфельного аналізу.
40. Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ).
41. Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі».
42. Матриця спрямованої політики (модель Shell/DPM).
43. Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла).
44. Поняття про конкурентні стратегії.
45. Базові конкурентні стратегії М. Портера.
46. Стратегія лідерства за витратами.
47. Стратегія широкої диференціації.
48. Стратегія фокусування.
49. Конкурентні стратегії за Ф. Котлером.
50. Сутність та призначення функціональних стратегій торговельних підприємств.
51. Маркетингова стратегія торговельного підприємства.
52. Ринок і продукт як основні орієнтири маркетингової стратегії торговельного підприємства.
53. Стратегії розвитку науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт (НДПКР).
54. Виробнича стратегія підприємства.
55. Стратегія управління персоналом торговельного підприємства.
56. Фінансова стратегія підприємства.
57. Логістична стратегія торговельного підприємства.
58. Роль та значення стадії реалізації стратегії торговельного підприємства.
59. Стратегічне лідерство та подолання опору змінам.
60. Стратегічний контроль.

11. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

1. Ключові фактори успіху та стійкі конкурентні переваги сучасних торговельних підприємств.
2. Авторитетні дослідники у сфері економічних стратегічних процесів.
3. Організаційні рівні побудови стратегій у диверсифікованих та вузькопрофільних компаніях.
4. Система стратегій різного типу, яка формується та розробляється

- підприємством з урахуванням специфіки його функціонування і розвитку.
5. Вплив стейкхолдерів (Stakeholders) на формування місії торговельного підприємства.
 6. Соціальний, економічний та корпоративний аспект місії підприємства.
 7. Дотримання принципу "SMART" при формуванні стратегічних цілей підприємства.
 8. Сучасні підходи до розробки, декомпозиції та управління стратегічними цілями підприємства.
 9. Форми і методи пошуку інформації про фактори середовища
 10. Забезпечення своєчасного виявлення загроз і можливостей підприємства на підставі результатів аналізу впливу факторів зовнішнього середовища.
 11. Сучасні формати PEST-аналізу: SLEPT-аналіз, STEEPLE-аналіз.
 12. Приклад побудови профілю середовища торговельного підприємства на підставі аналізу 5-ти конкурентних сил.
 13. Підсистеми підприємства та їх елементи, що досліджуються у процесі стратегічного аналізу внутрішнього середовища.
 14. Специфіка проведення SWOT-аналізу торговельного підприємства.
 15. Оцінювання сильних і слабких сторін діяльності підприємства за допомогою SPACE-аналізу.
 16. Сучасні інструменти визначення конкурентної сили підприємства.
 17. Досвід вітчизняних підприємств щодо проведення бенчмаркінгу.
 18. Сутність корпоративної стратегії диверсифікованого підприємства.
 19. Роль екологічного менеджменту в сталому розвитку суспільства.
 20. Додаткові елементи соціального захисту персоналу як складова внутрішньої соціальної відповідальності.
 21. Впровадження корпоративної культури як складової соціальної відповідальності.
 22. Джерела стратегічної відповідності, що утворюють синергетичний ефект, за А.А. Томпсоном й А.Дж. Стріклендом.
 23. Види зв'язаної диверсифікації: передумови застосування, переваги та ризики торговельного підприємства.
 24. Передумови застосування, переваги та ризики незв'язаної диверсифікації.
 25. Переваги та недоліки матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ).
 26. Порівняльний аналіз матричних моделей BCG, GE/McKinsey та Shell/DPM.
 - 27.4. Стратегічні рішення, що приймаються за допомогою моделі Shell/DPM.
 28. Базова концепція моделі ADL (АДЛ (фірми Артура Д.Літла)).
 29. Конкурентна стратегія як план окремого бізнес-напрямку компанії.
 30. Застосування результатів аналізу ланцюжку цінностей в умовах впровадження стратегії лідерства за витратами.
 31. Передумови успішної диференціації.
 32. Стратегія оптимальних витрат.
 33. Обґрунтування вибору ринкової ніші у процесі впровадження стратегії фокусування.
 34. Ринок і продукт як основні орієнтири маркетингової стратегії.
 35. Основні складові стратегії управління персоналом.

36. Прогнозування і коригування фінансових потоків в умовах впровадження фінансової стратегії підприємства.
37. Обґрунтування стилю проведення змін задля ефективного подолання опору.
38. Головні риси ідеального лідера для керування змінами.
39. Стратегічний контроль як необхідний елемент забезпечення досягнення організацією поставленої мети.
40. Дослідження прийнятності ризику, закладеного в стратегічній набір торговельного підприємства.

12. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

(«Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 26.09.2019 р. протокол №2; «Положення про навчальний дистанційний курс і організацію навчального процесу за заочною (заочно-дистанційною) формою в системі Moodle DDMA у ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 23.06.2017 р. протокол №6).

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи навчання:

МН 1. Студентоцентроване навчання – розширення автономії здобувача, здатності до критичного мислення на основі результативного підходу, що передбачає нові підходи до навчання з метою розвитку особистості здобувача з урахуванням його ціннісних орієнтацій.

МН 2. Репродуктивний метод – навчання здобувачів організовується за допомогою практичних вправ та робіт, різних форм самоконтролю, що сприяє формуванню знань, навичок і вмінь у здобувачів, основних розумових операцій (аналіз, синтез, узагальнення тощо).

МН 3. Комбінація лекційних та практичних занять та консультацій (зокрема особистих консультацій з викладачем та використанням системи Moodle) із розв'язанням ситуаційних завдань, які розвивають аналітичні здібності та навички роботи в колективі.

МН 4. Пояснювально-ілюстративний метод – здобувачі одержують знання на лекціях, з навчальної або методичної літератури шляхом конспектування, тезування, анотування, рецензування, під час консультацій з підготовки рефератів та/або доповідей.

МН 5. Евристичний метод – під керівництвом викладача або на основі евристичних вказівок здобувачі активно намагаються знайти рішення висунутих у навчанні, або сформульованих самостійно, пізнавальних завдань, що дозволяє активізувати мислення, викликати зацікавленість до пізнання на практичних заняттях та контрольних точках.

МН 6. Методи стимулювання й мотивації навчальної роботи – здобувачі приймають участь у пізнавальних іграх, моделюванні рольових ситуацій, створенні ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явленні вимог і методів заохочення.

МН 8. Метод проблемного викладу та проблемно-орієнтованого навчання, зокрема з проведенням презентацій – розуміння здобувачами поставленої проблеми та формулювання пізнавальних завдань на основі різних джерел та засобів, уміння проаналізувати поставлене завдання, порівняти різні точки зору та підходи, розуміння логіки та думок викладача, усвідомлення та запам'ятовування.

МН 9. Метод самостійної роботи здобувачів та самостійного навчання – розв'язання практичних завдань та опрацювання теоретичного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення. Самостійна робота з вивченням оприлюднених навчальних матеріалів, зокрема в системі Moodle.

МН 10. Методи організації й здійснення навчальної та наукової діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи:

– словесні методи – у вигляді бесіди, інструктажу, лекційного матеріалу, методичних вказівок, співбесід.

– наочні методи, відео методи тощо – проведення лекційних та практичних занять за допомогою презентацій, ілюстрацій, демонстраційного матеріалу, тобто отримання знань завдяки наочному спостереженню.

– практичні методи – за допомогою вправ, практичних прикладів, аналізу статистичних даних, тренувань, тренінгів здобувачі одержують знання та уміння, виконуючі ці практичні дії.

– наукова робота здобувача – наукові дослідження та опрацювання наукової інформації.

МН 11. Активні методи навчання (дискусійні методи) – в будь-яких формах навчання, включаючи лекційні заняття, використовуються елементи дискусії, а саме: обговорення, суперечки, зіткнення позицій, бізнес-симуляції, ділові ігри, тренінги, пояснення, бесіди, дискусії, діалог.

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні активні методи навчання: ділові гри (Т.5 «Аналіз внутрішнього середовища підприємства», Т.10 «Функціональна стратегія торговельного підприємства»), тощо.

13. МЕТОДИ, КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ОЦІНЮВАННЯ

(«Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 26.09.2019 р. протокол №2; «Положення про навчальний дистанційний курс і організацію навчального процесу за заочною (заочно-дистанційною) формою в системі Moodle DDMA у ДДМА», затверджено Вченою радою ДДМА 23.06.2017 р. протокол №6).

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи оцінювання:

МО 1. Попереднє (вхідне) оцінювання знань (письмовий метод або тестування).

МО 2. Поточне оцінювання (письмовий метод або тестування на лекційних та практичних заняттях та/або у системі Moodle, виконання модульних контрольних робіт, виконання індивідуальних завдань, зокрема рефератів).

МО 3. Тематичне або періодичне оцінювання (письмовий метод на лекційних та практичних заняттях, усне опитування або тестування на практичних заняттях та/або у системі Moodle).

МО 7. Оцінювання спроможності здобувача працювати самостійно та в команді;

МО 8. Оцінювання вміння застосовувати творчі підходи в процесі наукового пошуку інформації.

МО 9. Оцінювання якості опрацювання здобувачем літератури, законодавчої бази та електронних джерел за темою дослідження.

МО 10. Підсумкове (семестрове) оцінювання - диференційований залік (письмовий метод або тестування, зокрема у системі Moodle).

Передбачається використання модульно-рейтингової системи оцінювання знань. Основною формою контролю знань здобувачів в кредитно-модульній системі є складання здобувачами всіх запланованих модулів. Формою контролю є накопичувальна система. Складання модуля передбачає виконання здобувачем комплексу заходів, передбачених семестровим графіком навчального процесу та контролю знань здобувачів, затверджених деканом факультету.

**Графік освітнього процесу та оцінювання знань
з дисципліни в 2 навчальному семестрі для денної форми навчання.**

Вид навчальних занять та контролю	Розподіл між навчальними тижнями																		Вид підсумк ового семестр ового контрол
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Лекції	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	ДИФЕРЕНЦІЙОВАНИЙ ЗАЛІК
Практ. заняття		2		2		2		2		2		2		2		2		2	
Сам. робота	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	
Консультації					Конс.				Конс.			Конс.					Конс.		
Поточний контроль	ВК	УО ІЗ1		УО ІЗ1						УО		ІЗ2		ІЗ3		УО			
Модулі	●							М1									●		
Контроль за зміст. модулем №1						К1													
Контроль за зміст. модулем №2																		К2	
Контроль самостійної роботи						СР											ЗСР		

ВК – вхідний контроль;

УО – поточне усне опитування;

ІЗ– індивідуальне завдання;

К– письмова контрольна робота;

СР – проміжний контроль самостійної роботи;

ЗСР – захист самостійної роботи;

Конс. – консультація

**Система оцінювання знань здобувачів в 1 навчальному семестрі
для денної форми навчання.**

№ п/п	№ мод уля	Форма контролю	№ навч. тижня	Кількість балів		Стислий зміст контрольної точки	Характеристика критеріїв досягнення результату навчання для отримання max кількості балів
				max	min		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	М о д у л ь № 1 (Т1-Т4)	Вхідний контроль	1	10	5	Вхідний контроль проводиться за раніше вивченими базовими дисциплінами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Макроекономіка, Мікроекономіка, Фінанси, Фінанси підприємств, Страхування, Фінансовий аналіз, Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва та ін.). ВК передбачає відповіді на знання сутності категорій та проблемні питання.	Здобувач продемонстрував засвоєння навчального матеріалу (знання, уміння та опанування навичок) отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, бере кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації.
2		Усне опитування1, УО 1	2	10	5	Контроль поточної роботи на практичних заняттях за темою Т1,Т2.	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, бере кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації
3		Інд. завдання 1, ІЗ1	4	10	5	Індивідуальне завдання виконується у письмовій формі на практичному занятті. Викладачем розроблюється комплект ситуативних завдань та тестів за варіантами. Кожен варіант включає ситуатійне завдання та тести за темами Т1-Т4.	Здобувач у повному обсязі розв'язав ситуатійне завдання і кваліфіковано аргументував свої пропозиції, виконав тестові завдання.
		Усне опитування2, УО 2	4	10	5	Контроль поточної роботи на практичних заняттях,	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, взяв кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації.
5		Контрольна робота КР1 з модуля №1	6	40	25	Контрольна робота виконується у письмовій формі на практичному занятті. Завдання на контрольну роботу включає питання за темами Т1-Т5: 1) питання з теоретичної частини – відповіді на 2 теоретико-проблемне питання; 2) питання з практичної частини – розв'язування 2-х задач; 3) тестові завдання.	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, у повному обсязі розв'язав ситуатійне завдання і кваліфіковано аргументував свої пропозиції.
6		Інд. Завдання (самостійна робота, реферат)	6	20	10	Проміжний контроль виконання індивідуального завдання (реферату).	Оцінювання самостійності та якості виконання реферату в ході співбесіди.
Усього по модулю №1				100	55	Ваговий коефіцієнт модуля в семестрі – 0,4	

1	2	3	4	5	6	7	8
1	М о д у л ь № 2 (Т5-Т12)	Усне опитування ³ , УО 3	8	10	5	Контроль поточної роботи на практичних заняттях за темами Т6-Т7 .	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, взяв кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації.
2		Інд. Завдання 2, І31	12	10	5	Індивідуальне завдання виконується у письмовій формі на практичному занятті. Викладачем розроблюється комплект ситуативних завдань та тестів за варіантами. Кожен варіант включає ситуаційне завдання та тести за темами Т6-Т8.	Здобувач коректно розв'язав ситуаційне завдання і кваліфіковано аргументував свої пропозиції, виконав тестові завдання.
		Інд. Завдання 3, І31	14	10	5	Індивідуальне завдання виконується у письмовій формі на практичному занятті. Викладачем розроблюється комплект ситуативних завдань та тестів за варіантами. Кожен варіант включає ситуаційне завдання та тести за темами Т9-Т10.	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, у повному обсязі розв'язав ситуаційне завдання і кваліфіковано аргументував свої пропозиції.
4		Усне опитування ⁴ , УО 4	16	10	5	Контроль поточної роботи на практичних заняттях за темами Т8-Т11 . (ділова гра за темою Т10).	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, взяв кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації.
5		Контрольна робота КР2 з модуля №2	18	40	20	Контрольна робота виконується у письмовій формі на практичному занятті. Завдання на контрольну роботу включає питання за темами Т6-Т12: 1) питання з теоретичної частини – відповіді на 2 теоретико-проблемне питання; 2) питання з практичної частини – розв'язування 2-х задач; 3) тестові завдання.	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу; коректно розв'язав ситуаційне завдання і кваліфіковано аргументував свої пропозиції; виконав тестові завдання.
6		Інд. Завдання (самостійна робота, реферат)	18	30	15	Письмовий звіт про виконання індивідуального завдання (реферату).	Здобувач надав письмовий звіт про виконання індивідуального завдання (реферату). Оцінювання самостійності та якості виконання реферату, презентації результатів його виконання в ході звіту-захисту та співбесіди.
Усього по модулю №2				100	55	Ваговий коефіцієнт модуля в семестрі – 0,6	
Підсумковий контроль				100	55	Здобувач продемонстрував критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу; коректно та у повному обсязі розв'язав ситуаційне завдання і кваліфіковано аргументував свої пропозиції; виконав тестові завдання, що відповідає програмним результатам навчання з дисципліни.	
Всього				100	55	-	

**Система оцінювання знань здобувачів
заочної форми навчання**

Форма контролю	Кіл-ть балів		Стислий зміст контрольної точки	Характеристика критеріїв досягнення результатів навчання для отримання максимальної кількості балів
	max	min		
1. Підсумкова тестова контрольна робота	100	55	Підсумкова тестова контрольна робота складається із 20-ти тестів за темами Т1-Т12, обраних у випадковому порядку, та виконується студентом індивідуально в системі Moodle DDMA	Здобувач виконав тестові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
Усього за підсумкову тестову контрольну роботу	100	55	Ваговий коефіцієнт за підсумкову тестову контрольну роботу – 0,4	
2. Підсумковий диференційований залік	100	55	Підсумковий контрольна робота складається із 20-ти тестів та теоретичного (ситуаційного, аналітично-розрахункового) завдання, обраних у випадковому порядку за темами Т1-Т12, та виконується студентом індивідуально в системі Moodle DDMA	Здобувач виконав тестові, теоретичні (ситуаційні, аналітично-розрахункові) завдання та навів аргументовані відповіді, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
Усього за підсумковий диференційований залік	100	55	Ваговий коефіцієнт за підсумкову тестову контрольну роботу – 0,6	
Всього	100	55	Здобувач виконав тестові, теоретичні та аналітично-розрахункові завдання та навів аргументовані відповіді, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни	

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за запланованими результатами навчання навчальної дисципліни.

14. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Лекційні і практичні заняття з дисципліни «*Стратегія торговельного менеджменту*» укомплектовано наступним обладнанням:

Мультимедійний проектор VE303G NEC, рік введення в експлуатацію – 2015;
 Ноутбук SAMSUNG 540U (NP540U3C), рік введення в експлуатацію – 2016;
 Ноутбук Xiaomi Mi Gaming Laptop 15.6 Intel Core i7 (8th Gen.) 16/512Gb GTX 1060 (JYU4143CN) – 2019;
 БФП Canon i-SENSYS MF4410, рік введення в експлуатацію – 2016;
 Колонки incredible sound R 215, рік введення в експлуатацію – 2018;
 системний блок Intel Atom D525, рік введення в експлуатацію – 2015;
 монітор Lg e1940s monitor, рік введення в експлуатацію – 2015;
 Проекційний екран;
 ОС Windows 7, пакет офісних програм Microsoft office 2016,
 вільний доступ до Wi-Fi; Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/my/>

15. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

15.1 Методичне забезпечення

1. Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/my/>
2. Стратегічне управління: навч. посіб. для студ. внз / [Могилко В.О., Дмитрієв І.А., Сагайдак-Нікітюк Р.В., Шевченко І.Ю., Ященко О.А.]. – Х.: ХНАДУ, 2016. – 252 с.
3. Горєлов Д.О. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д.О. Горєлов, С.Ф. Большенко. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133с.
4. Сумець, О.М. Стратегія підприємства : теорія, ситуації, приклади : навч. посіб. / О.М. Сумець, Є. М. Ігнатова. – Х. : Міськдук, 2010. – 322 с.

15.2. Базова

5. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф [пер. с англ. Л.И. Евенко]. – М.: Экономика, 1989. – 560 с
6. Азарян О. М., Локтєв М. В., Оліфіров В. П. Організація і технологія торгівлі: підручник. 2-ге вид., розшир. та доп. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 608 с.
7. Балабан П. Ю. Організація торгівлі: навч. посіб. Полтава : ПУЕТ, 2014. 214 с.
8. Бланк И.А. Торговый менеджмент: Учебный курс. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 488с.
9. Балджи М. Д., Допіра І. А., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
10. Василенко В.О. Стратегічне управління: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Василенко В.О., Ткаченко Т.І. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
11. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 780с.
12. Виханский О.С. Стратегическое управление: учеб. пособ. [для студ. высш. учеб. завед.] / О.С. Виханский – М.: Изд-во Приор, 2003. – 296 с.
13. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підруч. для студ. ВНЗ. 2-ге вид., переробл. та доп. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 679 с.
14. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.; за заг. ред. С. А. Давимуки]; ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. – Львів, 2016. – 432 с.
15. Ковтун, О. І. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. І. Ковтун. – Львів. : «Новий світ - 2000», 2014. – 324 с.

16. Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України: Затв. постановою Кабінету Міністрів України від 20 груд. 1997 р. № 1449 // Бюл. Верхов. Ради України. — 1998. — № 3. — С. 373–380.
17. Краус К. М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, доміанти розвитку: монографія Полтава : Дивосвіт, 2013. 162 с.
18. Організація торгівлі: підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. / Апопій В. В. та ін. ; за ред. В. В. Апопія. Київ : Центр навчальної літератури, 2008. 632 с.
19. Планування діяльності торговельного підприємства. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/torgova-sprava/162-planuvannya-diyalnosti-torgovelnogo-pidpriemstva.html>
20. Постанова КМУ № 833 от 15.05.2006р. «Порядок заняття торговельною діяльністю и правил в торговельного обслуговування населення». [Електронний ресурс].–Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>
21. Посилкіна, О. В. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. В. Посилкіна, К. С. Світлична. – Х. : НФАУ, 2016. – 209 с.
22. Про захист прав споживачів : Закон України (зі змінами) від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
23. Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки. Розпорядження КМУ від 27 грудня 2017 р. № 1017-р. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80#Text>
24. Роздрібна та оптова торгівля: терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004. – К. : Держспоживстандарт України, 2005. – 18 с. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

15.3. Допоміжна

25. Балабан П.Ю., Тягунова Н.М., Місюкевич В.І., Михайлюкова Н.І. Торговельна логістика / П.Ю. Балабан, Н.М. Тягунова, В.І. Місюкевич В.І. та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 148 с.
26. Близький, Р. С Стратегія підприємства : опор. консп. лекц для студ. спец. 7.050107 / Р. С. Близький, С.М. Баранцева, М.Р. Рошка. – Д.: ДонНУЕТ, 2010. – 135с.
27. Василенко, В. О. Стратегічне управління підприємством : навч. посібн. / Василенко В. О., Ткаченко Т. І.; за ред. Василенка В. О. – 2-ге вид., виправл. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 400 с.

28. Власова Н. О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н. О. Власова, О. В. Колючкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Х. : АДВАТМ, 2012. – 255 с.
29. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України / Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В.В., Куцик П.О., Шевчук В.О. та ін.].– Львів: Львівська комерційна академія, 2014. – Вип. 16. – С. 7-13.
30. Грисюк Ю.С. Оптимізація ланцюга постачань як підґрунтя для забезпечення ефективності ритейл-бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/ Upsal/2009_6/09gysebr.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/Upsal/2009_6/09gysebr.pdf)
31. Довбня, С.Б. Стратегія підприємства : навч. посіб. / С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. – Д. : НМетаАУ, 2011. – 71 с.
32. Голошубова Н.О. Збірник ситуаційних задач і тестів з проблем організації торгівлі. – К.: КНТЕУ, 2000. – 185 с.
33. Гончар Л.А. Торговельне підприємництво: конспект лекцій / Л.А.Гончар. – Дніпропетровськ: ДУ ім. Альфреда Нобеля, 2012. – 145 с. Економічний словник / [Й. Завадський, Т. Осовська, О. Юшкевич]. – К. : Кондор, 2006. – 356
34. Рамазанов И.А. Мерчендайзинг в торговом бизнесе: учеб. пособие / И.А. Рамазанов. – М.: Деловая литература, 2002. – 112 с.
35. Сажин І. Як вижити ритейлеру в умовах нової української економіки. І на що робити ставку в розвитку бізнесу / І. Сажин // Forbes Україна. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/ua/opinions/1372185yak-vizhiti-ritejleru-vumovahnovoyi-ukrayinskoyi-ekonomiki>.
36. Тимцуник В.І., Гайдай Ю.В. Роль організаційної культури в діяльності підприємств торгівлі // Державне управління: удосконалення та розвиток [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=267>
37. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: Учебник. / Р.А. Фатхутдинов – 7-е изд. М. : Дело, 2005. – 448 с.
38. Bloom N., Draca M., Van Reenen J. Trade induced technical change? The impact of Chinese imports on innovation, IT and productivity. *The Review of Economic Studies*. 2016. 83 (1). P. 87—117. 11. Atkin, David, Benjamin Faber, Marco GonzalezNavarro. Retail globalization and household welfare: Evidence from Mexico. *Journal of Political Economy*. 2018. 126.1. P. 1—73.
39. Retail 2020: Tomorrow's shoppers. URL: <https://thebehavioursagency.com/retail-2020-tomorrows-shoppers> .
40. Cohn & Wolfe. PRWeek Global Agency Business Report/ The firm saw strong growth in all regions and almost every market — thanks to its integrated arsenal of digital, social, mobile, and content. May 02, 2016. URL: <https://www.prweek.com/article/1391409/cohn-wolfe-prweekglobal-agency-business-report-2016>

41. Franchise Times Top 200 Franchise Systems // Franchise Times: The News and Information Source for Franchising, May 13, 2019. URL: <http://www.franchisetimes.com/pdf/Top-200-Reprint-Book-2018.pdf>. — 52 p.

15.4 WEB–сайти:

42. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

43. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського: www.nbuv.gov.ua

44. Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://rada.gov.ua>

45. Офіційний портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>

46. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

47. Світова організація торгівлі [Електронний ресурс.] – Режим доступу: <http://www.wto.org>

48. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

15.5 Періодичні видання

49. Науково-практичний господарсько-правовий журнал «Підприємництво, господарство і право». Докладніше: <http://pgr-journal.kiev.ua/>

50. Науковий журнал: «Бізнес інформ». Докладніше: <https://www.business-inform.net/main/>.

51. Інформаційно-аналітичний наукометричний журнал «Економіка. Фінанси. Право». Докладніше: <http://efr.in.ua/uk>

52. Науковий журнал: «Економіка і прогнозування». Докладніше: <http://eip.org.ua/>

53. Збірник наукових праць «Стратегія економічного розвитку України». Докладніше: <http://sedu.kneu.edu.ua/>

54. Міжнародний науково - практичний журнал «Товари і ринки»: Науково-практичний журнал зареєстровано як фахове видання з технічних наук (технологія продуктів харчування, товарознавство). Докладніше: <http://tr.knteu.kiev.ua>.

55. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право: Науковий журнал зареєстровано як фахове видання з економічних та юридичних наук. Докладніше: <http://zt.knteu.kiev.ua>.

56. «Modern Economics»: Електронне наукове видання, входить до Категорії Б електронних періодичних видань, що включаються до Переліку наукових фахових видань України з економічних наук. Докладніше: <https://modecon.mnau.edu.ua/>