

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-
педагогічної роботи

Андрій КИРИЧЕНКО



2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

спеціальність D7 Торгівля
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма Підприємництво, торгівля та логістика
(шифр і назва напрямку підготовки)

факультет економічний
(назва факультету)

2025-2026 навчальний рік

Розробники: ЗАЙЧЕНКО Володимир Васильович, професор кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи, доктор економічних наук, професор

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та готельно - ресторанної справи

Протокол від « 27 » серпня 2025 року № 1.

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та готельно - ресторанної справи


(підпис)

Володимир ЗАЙЧЕНКО
(прізвище та ініціали)

Декан факультету економічний


(підпис)

Наталія ШАЛІМОВА
(прізвище та ініціали)

© Зайченко В.В., 2025 рік

© ЦНТУ, 2025 рік

Менеджер з питань

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»	Професійної підготовки Нормативна	
Загальна кількість годин – 120	Спеціальність: 076 «Підприємництво та торгівля»	Рік підготовки	
		1-й	1-й
		Семестр	
		1-й	1-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 3,5	Освітній рівень: другий (магістерський)	Лекції	
		32 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	2 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		72 год.	114 год.
Екзамен			

Мова навчання - українська

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни є формування у студентів системи знань, умінь і навичок щодо організації, планування, мотивації, контролю та стратегічного управління торговельним підприємництвом.

Завдання дисципліни полягає у:

1. Надати теоретичні знання з основ та принципів менеджменту торговельного підприємництва;
2. Сформувати вміння застосовувати сучасні методи управління торговельним підприємництвом в умовах ринкової економіки;
3. Розвинути компетенції щодо прийняття управлінських рішень в торговельному підприємстві різного типу;
4. Навчити використовувати інноваційні підходи та технології управління для підвищення ефективності торговельного бізнесу;
5. Сформувати підприємницьке мислення, здатність до аналізу ризиків і пошуку оптимальних управлінських рішень;
6. Забезпечити розуміння соціальної відповідальності та етичних засад ведення торговельного бізнесу.

Передумови для вивчення дисципліни (структурно-логічна схема підготовки фахівця): засвоєння знань за програмою вступного фахового випробування по спеціальності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

Інтегральну компетентність

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог

Загальні компетентності

- ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
- ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт

Спеціальні компетентності

СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

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 та торговельній діяльності.

СК 7. Здатність до прийняття оптимальних рішень, в тому числі на основі логістичних підходів, з метою підвищення та/або підтримання рівня конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької і торговельної діяльності в умовах ризиків та невизначеності ринкового середовища

Програмні результати навчання

ПРН 1. Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

ПРН 3. Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

ПРН 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

ПРН 5. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 6. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

ПРН 10. Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.

ПРН11. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких і торговельних структур.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність і зміст торговельного підприємництва

Економічна й соціальна природу торговельного підприємництва як особливого виду господарської діяльності, що ґрунтується на ініціативності, інноваційності та відповідальності за результати. Основні підходи до

визначення торговельного підприємництва, його ознаки (самостійність, ризик, спрямованість на прибуток, новаторство), а також функції в економіці: створення робочих місць, виробництво товарів і послуг, формування конкурентного середовища, розвиток інновацій.

Аналіз змісту торговельного підприємництва через його види (виробниче, комерційне, фінансове, інноваційне, соціальне тощо) та організаційні форми (приватні підприємства, товариства, корпорації). Особлива увага приділяється ролі підприємця як ключової фігури бізнес-процесів, носія підприємницького мислення та управлінських рішень.

Тема 2. Організаційно-правові основи торговельної діяльності

Поняття та правове регулювання торговельної діяльності. Визначення торговельного підприємництва у законодавстві; принципи здійснення торговельної діяльності; законодавча база регулювання торговельного бізнесу в Україні.

Суб'єкти торговельної діяльності: фізичні особи-підприємці; юридичні особи як суб'єкти господарювання; права та обов'язки підприємців. Державна реєстрація підприємництва. Порядок створення та реєстрації суб'єктів господарювання; ліцензування та патентування окремих видів діяльності; особливості припинення підприємницької діяльності.

Організаційно-правові форми підприємств. Приватне підприємство; господарські товариства (повне, командитне, ТОВ, АТ); виробничі кооперативи; об'єднання підприємств. Правове забезпечення торговельної та підприємницької діяльності. Укладання та виконання господарських договорів; відповідальність підприємців за зобов'язаннями; механізми захисту прав підприємців. Роль держави у регулюванні підприємницької діяльності. система державних органів, що здійснюють регулювання; контроль і нагляд у сфері бізнесу; формування сприятливого правового середовища

Тема 3. Менеджмент у торговельній діяльності

Сутність менеджменту в торговельній діяльності. Функції менеджменту в торгівлі та підприємстві. Планування підприємницької діяльності; організація бізнес-процесів; мотивація персоналу; контроль і регулювання. Методи та інструменти менеджменту в бізнесі. Адміністративні, економічні та соціально-психологічні методи; сучасні інструменти управління торговельним підприємництвом (бізнес-планування, SWOT-аналіз, проєктний менеджмент тощо). Стилi та підходи до управління в торговельному підприємстві. Класичні та сучасні стилі управління; лідерство та підприємницька ініціатива; інноваційні підходи до управління.

Організаційні структури управління торговельним підприємницькими організаціями. Типи організаційних структур (лінійна, функціональна, матрична тощо); критерії вибору структури управління; особливості управління малим і середнім бізнесом. Менеджмент і підприємницьке середовище. Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на управління; роль менеджменту у

забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу; соціальна відповідальність і бізнес-етика в підприємстві.

Тема 4. Планування торговельної діяльності

Сутність і значення планування в торговельному підприємстві. Роль планування у забезпеченні ефективності торговельного бізнесу; особливості планування у підприємницьких структурах. Види планування підприємницької діяльності. Стратегічне, тактичне та оперативне планування; короткострокові й довгострокові плани; інноваційне та антикризове планування.

Етапи процесу планування. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища; формування цілей торговельної діяльності; розробка стратегії та визначення ресурсів; прогнозування результатів. Інструменти та методи планування. Бізнес-планування як основний інструмент; методи SWOT-аналізу, PEST-аналізу, сценарного планування; сучасні цифрові технології в плануванні бізнесу. Бізнес-план: структура та призначення. Основні розділи бізнес-плану (опис бізнесу, маркетинговий план, фінансовий план, організаційний план, тощо); функції бізнес-плану у залученні інвестицій та управлінні бізнесом.

Контроль і коригування планів. Система моніторингу виконання планів; адаптація планів до змін ринкового середовища; управління ризиками у процесі планування.

Тема 5. Організація торговельної діяльності

Сутність організації торговельної діяльності. Поняття та значення організації в бізнесі; принципи організації торговельного підприємства. Форми організації торговельної діяльності. Процес організації торговельної діяльності. Організаційна структура управління торговельним підприємством. Ресурсне забезпечення торговельної діяльності. Матеріально-технічні ресурси; фінансові ресурси; кадрове забезпечення.

Організація бізнес-процесів. Виробнича, комерційна та інноваційна діяльність; організація маркетингової та фінансової роботи; логістика в торговельному підприємстві. Умови ефективної організації торговельної діяльності. Гнучкість та адаптивність торговельної організації; раціональний розподіл праці та відповідальності; використання сучасних управлінських технологій.

Організація торговельної діяльності в Центральноукраїнському регіоні. Особливості аграрного сектору Центральноукраїнського регіону: сезонність, логістичні ланцюги, складська діяльність, зміни клімату. Фінансування, проблеми кадрового складу Центральноукраїнського регіону. Впровадження інновацій та цифрових технологій у менеджменті торговельної діяльності регіону.

Тема 6. Маркетинг у торговельній діяльності

Сутність і роль маркетингу в торговельній діяльності. Поняття маркетингу та його значення для бізнесу; функції маркетингу в підприємницькій діяльності; маркетингова концепція управління бізнесом. Маркетингове середовище торговельного підприємства. Маркетингові дослідження. Маркетингова стратегія торговельного підприємства. Сегментація ринку, вибір цільових сегментів; позиціонування товарів і послуг; стратегія конкурентних переваг.

Маркетинговий комплекс. Товарна політика підприємства; цінова політика та методи ціноутворення; збутова діяльність та канали розподілу; комунікаційна політика (реклама, PR, стимулювання збуту, digital-маркетинг).

Маркетинг у малому та середньому бізнесі. Особливості застосування маркетингових інструментів; використання інтернет-маркетингу та соціальних мереж; приклади успішних маркетингових стратегій у підприємстві.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності. Критерії та показники ефективності; контроль та коригування маркетингової стратегії.

Тема 7. Фінансовий менеджмент торговельного підприємництва

Сутність і завдання фінансового менеджменту торговельного підприємництва. Поняття фінансового менеджменту; мета та функції управління фінансами; роль фінансового менеджменту у забезпеченні конкурентоспроможності торговельного підприємництва.

Фінансові ресурси торговельного підприємництва. Власні та залучені фінансові ресурси; джерела формування капіталу; управління грошовими потоками. Фінансове планування та прогнозування. Стратегічне та оперативне фінансове планування; методи прогнозування доходів і витрат; складання фінансового плану торговельного підприємництва.

Управління оборотними активами та інвестиціями в торговельному підприємстві. Управління витратами та прибутком. Фінансова звітність і контроль. Види фінансової звітності; аналіз фінансових результатів діяльності підприємства; фінансовий контроль і аудит. Фінансові ризики та шляхи їх мінімізації. Класифікація фінансових ризиків; методи управління ризиками; страхування та хеджування як інструменти зниження ризиків.

Тема 8. Управління ризиками та антикризове управління в торговельному підприємстві

Поняття ризику та кризи в торговельному підприємстві. Значення управління ризиками для стабільності торговельного підприємства. Роль антикризового управління у забезпеченні стійкого розвитку. Класифікація ризиків. Види ризиків: фінансові, операційні, ринкові, стратегічні, репутаційні. Методи оцінки ризиків. Процес управління ризиками. Ідентифікація ризиків. Аналіз та оцінка ризиків. Планування заходів щодо мінімізації ризиків. Моніторинг та контроль ризиків. Документування та звітність.

Антикризове управління в торговельному підприємстві. Поняття та цілі антикризового управління. Основні завдання антикризового управління.

Локалізація кризових явищ. Фінансова стабілізація підприємства. Запобігання банкрутству. Принципи антикризового управління. Етапи антикризового управління. Діагностика кризи: виявлення ознак та причин. Розробка стратегії антикризового реагування. Реалізація антикризових заходів. Контроль результатів та корекція стратегії. Методи та інструменти управління ризиками та кризами.

Тема 9. Інноваційний менеджмент у торговельному підприємстві

Поняття та сутність інноваційного менеджменту. Роль інновацій у сучасному підприємстві. Взаємозв'язок інновацій та конкурентоспроможності підприємства. Класифікація інновацій. Процес інноваційного менеджменту. Стратегії інноваційного розвитку підприємства. Лідерство у технологіях. Диверсифікація інновацій. Стратегія диференціації через інновації. Стратегія відкритих інновацій.

Інструменти та методи управління інноваціями. SWOT та PEST-аналіз інноваційних можливостей. Технологічне прогнозування. Системи управління знаннями (Knowledge Management). Інноваційні портфелі та балансування ризиків. Інноваційна культура та організаційна структура. Цифрові технології та інновації. Впровадження ІТ та цифрових платформ у підприємстві. Інновації на базі штучного інтелекту та великих даних. Автоматизація та оптимізація процесів. Практичні приклади інновацій у торговельному підприємстві. Проблеми та виклики інноваційного менеджменту. Визначення рівня інноваційної активності торговельного підприємства

Тема 10. Соціальна відповідальність та етика торговельного підприємства

Вступ до соціальної відповідальності та етики торговельного підприємства. Поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Сутність етики в торговельному підприємстві. Значення соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства

Принципи етичного торговельного підприємства. Чесність і доброчесність у бізнесі. Прозорість та відкритість інформації. Повага до прав споживачів та партнерів. Справедливе ставлення до працівників. Форми соціальної відповідальності підприємства. Економічна відповідальність (стабільність, прибуток, розвиток). Екологічна відповідальність (екологічні програми, зменшення впливу на довкілля). Соціальна відповідальність (підтримка громади, благодійність). Етична відповідальність (дотримання законів та моральних норм).

Механізми реалізації соціальної відповідальності. Взаємозв'язок соціальної відповідальності та конкурентоспроможності. Етичні дилеми та виклики в бізнесі. Міжнародний досвід та стандарти. Роль держави, суспільства та бізнес-асоціацій у підтримці КСВ

Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Сутність і зміст торговельного підприємництва	14	4	2			8	14	1	1			12
Тема 2. Організаційно-правові основи торговельної діяльності	14	4	2			8	14	1	1			12
Тема 3. Менеджмент у торговельній діяльності	13	4	2			7	13	1				12
Тема 4. Планування торговельної діяльності	13	4	2			7	13	1				12
Тема 5. Організація торговельної діяльності	13	4	2			7	11					11
Тема 6. Маркетинг у торговельній діяльності	13	4	2			7	11					11
Тема 7. Фінансовий менеджмент торговельного підприємництва	10	2	1			7	11					11
Тема 8. Управління ризиками та антикризове управління в торговельному підприємстві	10	2	1			7	11					11
Тема 9. Інноваційний менеджмент у торговельному підприємстві	10	2	1			7	11					11
Тема 10. Соціальна відповідальність та етика торговельного підприємництва	10	2	1			7	11					11
Усього годин	120	32	16			72	120	4	2			114

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
-------	------------	-----------------

		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Сутність і зміст торговельного підприємництва	2	1
2	Тема 2. Організаційно-правові основи торговельної діяльності	2	1
3	Тема 3. Менеджмент у торговельній діяльності	2	
4	Тема 4. Планування торговельної діяльності	2	
5	Тема 5. Організація торговельної діяльності	2	
6	Тема 6. Маркетинг у торговельній діяльності	2	
7	Тема 7. Фінансовий менеджмент торговельного підприємства	1	
8	Тема 8. Управління ризиками та антикризове управління в торговельному підприємстві	1	
9	Тема 9. Інноваційний менеджмент у торговельному підприємстві	1	
10	Тема 10. Соціальна відповідальність та етика торговельного підприємництва	1	
	Разом	16	2

5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Сутність і зміст торговельного підприємництва	8	12
2	Тема 2. Організаційно-правові основи торговельної діяльності	8	12
3	Тема 3. Менеджмент у торговельній діяльності	7	12
4	Тема 4. Планування торговельної діяльності	7	12
5	Тема 5. Організація торговельної діяльності	7	11
6	Тема 6. Маркетинг у торговельній діяльності	7	11
7	Тема 7. Фінансовий менеджмент торговельного підприємства	7	11
8	Тема 8. Управління ризиками та антикризове управління в торговельному підприємстві	7	11
9	Тема 9. Інноваційний менеджмент у торговельному підприємстві	7	11
10	Тема 10. Соціальна відповідальність та етика торговельного підприємництва	7	11
	Разом	72	114

6. Індивідуальні завдання

При вивченні дисципліни «Менеджмент торговельного підприємства» здобувачам пропонується виконувати наступні індивідуальні завдання:

- розв'язування кейсів, ситуаційних завдань з теми;

- проведення аналітичного (критичного) огляду літературних джерел та наукових статей за тематикою дисципліни;
- виконання творчих завдань (складення кросворду, ребусу, фінансової гри за тематикою дисципліни).

Теми індивідуальних завдань

1. Розробка стратегії розвитку роздрібної мережі в умовах конкуренції.
2. Формування ефективної організаційної структури сучасного торговельного підприємства.
3. Методи оцінки ефективності управлінських рішень у торгівлі.
4. Використання CRM-систем у менеджменті торговельного підприємства.
5. Впровадження електронної комерції у діяльність традиційного торговельного бізнесу.
6. Омніканальні продажі: особливості менеджменту та організації.
7. Використання штучного інтелекту та Big Data для аналізу поведінки споживачів.
8. Розробка бізнес-плану торговельного підприємства – створення повного бізнес-плану з аналізом ринку, фінансовим плануванням та прогнозом прибутку.
9. Аналіз стратегій розвитку торговельного підприємства – порівняння стратегічних підходів планування та вибір оптимальної стратегії для конкретного бізнесу.
10. Прогнозування продажів та доходів торговельного підприємства – використання історичних даних для формування прогнозів продажів на рік.
11. Розробка програми лояльності для торговельного підприємства.
12. Аналіз поведінки споживачів і побудова ефективних комунікацій.
13. Управління асортиментом та ціноутворенням у сучасних умовах.
14. Оптимізація логістичних процесів у торговельному підприємстві.
15. Управління запасами та постачанням із використанням цифрових рішень.
16. Екологічна логістика: тенденції та перспективи у торгівлі.
17. Корпоративна соціальна відповідальність торговельного підприємства: тренди та приклади.
18. Впровадження принципів сталого розвитку у менеджмент торговельних підприємств.
19. Зелені інновації у сфері торгівлі та їх управління.
20. Антикризові стратегії у сфері торговельного підприємництва.
21. Управління репутаційними ризиками торговельного підприємства.
22. Диверсифікація бізнесу як інструмент зменшення ризиків.
23. Особливості виходу торговельного підприємства на міжнародний ринок.
24. Менеджмент франчайзингових торговельних мереж.

25. Управління конкурентоспроможністю підприємства на глобальному ринку.
26. Планування ресурсного забезпечення підприємства – визначення потреб у матеріальних, людських та фінансових ресурсах.
27. Оцінка ризиків торговельної діяльності та їх врахування у плануванні – ідентифікація потенційних ризиків та розробка заходів щодо їх мінімізації.
28. Планування маркетингової стратегії торговельного підприємства – розробка плану рекламних кампаній, цінової політики та позиціонування продукту.
29. Планування інвестицій у розвиток торговельного підприємства – аналіз ефективності вкладень та прогноз окупності інвестицій.
30. Сценарне планування розвитку торговельного підприємства – розробка декількох альтернативних сценаріїв розвитку бізнесу залежно від ринкових умов.
31. Аналіз ринку та конкурентного середовища торговельного підприємства – вивчення конкурентів і визначення конкурентних переваг власного бізнесу.
32. Розробка бренду торговельного підприємства – створення концепції бренду, логотипу та комунікаційної стратегії.
33. Маркетинговий аналіз ціноутворення продукції – дослідження цінової політики та визначення оптимальної ціни для ринку.
34. Оцінка ефективності маркетингових заходів торговельного підприємства – методи контролю та аналіз результатів рекламних кампаній.
35. Впровадження CRM-системи для покращення маркетингової діяльності – розробка моделі взаємодії з клієнтами.
36. Маркетинг інноваційного продукту – стратегія виходу на ринок нового продукту та прогнозування попиту.
37. Соціальний маркетинг у торговельному підприємстві – створення кампанії для залучення уваги до соціально відповідальної продукції або послуг.
38. Маркетингове планування на основі SWOT-аналізу – визначення сильних і слабких сторін торговельного підприємства та розробка заходів для розвитку.
39. Використання контент-маркетингу для розвитку торговельного підприємства – розробка контент-плану та стратегії залучення аудиторії.
40. Управління грошовими потоками торговельного підприємства – планування надходжень і витрат для забезпечення стабільної діяльності.
41. Оптимізація витрат підприємства – аналіз витратної частини бюджету та розробка заходів щодо їх зменшення.
42. Оцінка фінансових ризиків і їх мінімізація – ідентифікація ризиків і формування заходів фінансового захисту.
43. Фінансування розвитку торговельного підприємства – вибір джерел фінансування та оцінка їх ефективності.

44. Бюджетування виробничої та комерційної діяльності – складання бюджету виробництва та маркетингових витрат.
45. Фінансове планування для стартапу торговельного підприємництва – розробка стартового бюджету та прогнозу прибутку на перший рік діяльності
46. Управління капіталом торговельного підприємства – визначення оптимальної структури власного та позикового капіталу.
47. Розробка плану антикризових заходів для торговельного бізнесу – створення покрокового плану виходу з кризової ситуації.
48. Оцінка операційних ризиків торговельного підприємства – аналіз внутрішніх процесів та визначення слабких місць.
49. Кризовий менеджмент у торговельному підприємстві – дослідження ефективних методів управління під час фінансових чи організаційних криз.
50. Впровадження системи управління ризиками (ERM) у торговельному підприємстві – розробка інтегрованої моделі управління ризиками.
51. Управління репутаційними ризиками торговельного підприємництва – оцінка можливих репутаційних загроз і заходів їх запобігання.
52. Ідентифікація та управління стратегічними ризиками торговельного підприємництва – аналіз загроз для довгострокового розвитку.
53. Управління ризиками у постачанні та логістиці торговельного підприємства – мінімізація ризиків збоїв у поставках та виробництві.
54. Розробка системи моніторингу ризиків торговельного підприємництва – створення інструментів раннього виявлення кризових ситуацій.
55. Впровадження страхування як інструменту управління ризиками торговельного підприємництва – аналіз вартості та ефективності страхових механізмів.
56. Кризове лідерство та його роль у антикризовому управлінні – дослідження стилів управління під час криз та їх вплив на результат.
57. Розробка інноваційної стратегії торговельного підприємства – визначення напрямків інновацій та способів їх впровадження.
58. Аналіз процесів впровадження інновацій у торговельному підприємстві – оцінка ефективності та перешкод на шляху інновацій.
59. Інноваційні моделі бізнесу: дослідження та адаптація для торговельного підприємництва – вивчення прикладів успішних інноваційних моделей та їх адаптація.
60. Управління інноваційними проектами – планування, контроль та оцінка результатів інноваційних ініціатив.
61. Впровадження цифрових технологій у підприємницьку діяльність – дослідження ефективності цифровізації бізнес-процесів.
62. Формування інноваційної культури в торговельному підприємстві – розробка заходів для стимулювання творчості та впровадження новацій.

63. Аналіз ринку інноваційних продуктів та послуг – дослідження попиту, конкурентів та тенденцій розвитку інновацій.
64. Оцінка економічної ефективності інноваційних проектів – розрахунок окупності та потенційного прибутку від впровадження нововведень.
65. Розробка стратегії сталого розвитку торговельного бізнесу.
66. Етичний кодекс торговельного підприємства: розробка та впровадження.
67. Формування корпоративних цінностей і стандартів етичної поведінки персоналу.
68. Конфлікти інтересів у торгівлі та механізми їх попередження.
69. Забезпечення гідних умов праці та рівних можливостей у торговельному бізнесі.
70. Соціальна підтримка персоналу торговельного підприємства: програми, пільги, інновації.
71. «Зелені» стандарти та еко-ініціативи торговельних підприємств.
72. Впровадження системи управління відходами та скорочення пластику у роздрібній торгівлі.
73. Екологічний маркетинг як складова корпоративної соціальної відповідальності.
74. Порівняльний аналіз стандартів соціальної відповідальності торговельних компаній України та ЄС.
75. Участь українських торговельних підприємств у глобальних ініціативах сталого розвитку (UN Global Compact, ISO 26000).

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни «Менеджмент торговельного підприємництва» застосовуються наступні методи:

- словесні (лекції, бесіди);
- наочні, під час лекцій (інформаційних, аналітичних, проблемних) та практичних занять, в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення;
- практичні, під час виконання практичних робіт, задач, вправ;
- інтерактивні методи навчання під час проведення опитування, аналізу практичних ситуацій, дискусії, мозкового штурму, ділових ігор, розгляду кейс-стаді;
- інноваційні, зокрема проектно-дослідницький метод; інтегровані методи. Застосовуються наступні інформаційно-комунікаційні технології та діджитал-інструменти: цифрові інструменти Google, програмні продукти від Microsoft, Kahoot, Trello, Canva;
- методи дистанційного навчання за допомогою платформ: Moodle та Zoom.

9. Критерії та засоби оцінювання

Види контролю: поточний, підсумковий.

Форма підсумкового контролю: екзамен.

Оцінку підсумкового семестрового контролю у формі екзамену становить сума балів за результатами поточного контролю, рубіжних контролів та балів, набраних здобувачем вищої освіти при складанні семестрового екзамену.

По поточному контролю здобувач має можливість отримати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, розв'язання розрахункових практичних завдань, тестування, підготовки доповіді-презентації та індивідуальних завдань.

Впродовж семестру здобувач може отримати максимум 60 балів, в тому числі за перший рубіжний контроль – 30 балів, за другий рубіжний контроль – 30 балів, 40 балів виносяться на іспит. Кількість балів, одержана здобувачем вищої освіти на екзамені, додається до результатів рубіжних контролів, що разом складає оцінку знань здобувача вищої освіти з навчальної дисципліни за 100-бальною шкалою та переводиться в оцінку за шкалою ЄКТС і національною шкалою («Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно»).

Результати навчання, набуті шляхом неформальної, інформальної освіти зараховуються відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти в Центральноукраїнському національному технічному університеті.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю студентів, усне опитування, тестовий контроль.

Шкала оцінювання: ЄКТС, національна та ЦНТУ

Оцінка за шкалою ЄКТС	Визначення	Оцінка	
		За національною системою (екзамен)	За системою ЦНТУ
A	ВІДМІННО - відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5 (відмінно)	90-100
B	ДУЖЕ ДОБРЕ - вище середнього рівня з кількома помилками	4 (добре)	82-89
C	ДОБРЕ - в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок		74-81
D	ЗАДОВІЛЬНО - непогано, але зі значною кількістю недоліків	3 (задовільно)	64-73
E	ДОСТАТНЬО - виконання задовольняє мінімальні критерії		60-63
FX	НЕЗАДОВІЛЬНО - потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	2 (незадовільно)	35-59
F	НЕЗАДОВІЛЬНО - необхідна серйозна подальша робота		1-34

10. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Антонюк Д. А., Бухаріна Л. М., Онищенко О. А., Шишкін В. О. Підприємництво в сучасних умовах розвитку України. Запоріжжя, 2018. 428 с.
2. Апопій В.В., Середа С.А., Шутовська Н.О. Основи підприємництва : навч. посібник. Львів : Новий світ-2000, 2021. 324 с.
3. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
4. Бліхар В. Офіс-менеджмент : навчально-методичний посібник / В'ячеслав Бліхар, Мар'яна Верескля, Наталія Михаліцька. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. - 348 с.
5. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум. Навч. посіб. [М. В. Семикіна, Л. Д. Запирченко, С. С. Матієнко та ін] / за ред. д. е. н., проф. Семикіної М.В. Вид. 2-ге, перероб. та доповн. Кропивницький: ЦНТУ, 2024. 240 с. <https://dspace.kntu.kr.ua/items/599e657a-5542-4717-bf1c-7d8f94c722ea>
6. Економіка торговельного підприємства: навч. посібник. Н.А. Мазур, І.В. Семенець, І.А. Лопашук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.
7. Кундицький О. О. Менеджмент: навч. посібник. Львів: Видавництво ПП "Магнолія 2006", 2024. 316 с.
8. Менеджмент : навчальний посібник / С. І. Страпчук, О. П. Миколенко, І. А. Попова, В. В. Пустова. Вид. 2-ге переробл. і допов. Львів: «Новий Світ-2000», 2025. 356 с.
9. Менеджмент. Навчальний посібник для здобувачів вищої освіти / Страпчук С. І., Миколенко О. П., Попова І. А., Пустова В. В. Львів, Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с.
10. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 432 с.
11. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст] : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.
12. Семикіна М.В., Запирченко Л.Д., Журило І.В. Торговельне підприємництво: курс лекцій з практичними кейсами та дискусіями : навч. посіб. / М. В. Семикіна, Л. Д. Запирченко, І. В. Журило ; [за наук. ред. М. В. Семикіної] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. Кропивницький : КОД, 2025. 206 с. <https://dspace.kntu.kr.ua/handle/123456789/16399>
13. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с.

Додаткові:

1. Владимир О., Капаць К. Корпоративна соціальна відповідальність у час війни. Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу: матеріали Х-ої Всеук. наук.-практ. конф., пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г. Чумаченка., (Тернопіль, 18 листопада 2022 р.) Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 100 с. С. 27-28.
2. Зайченко, В. В. Торговельна політика України в умовах євроінтеграції: виклики для національного підприємництва / В. В. Зайченко, Г. Сарібекян // Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації [ел. видання] : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 21 трав. 2025 р., Київ. – К. : ДТЕУ, 2025. – С. 109–113.
3. Зайченко, В. Стратегії адаптації малого бізнесу до викликів війни: досвід українських підприємців / В. Зайченко, Д. Ливадний // Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації [ел. видання] : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 21 трав. 2025 р., Київ. К. : ДТЕУ, 2025. С. 106–10
4. Леськів Г. Управління якістю: навчальний посібник / Галина Леськів, Володимир Гобела. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. - 256 с.
5. Мельник С. Фінансовий моніторинг : навчальний посібник / Степан Мельник, Марія Вінічук, Ірина Горбан. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. - 212 с.
6. Михаліцька Н. Управління власним бізнесом: навчальний посібник у схемах і таблицях / Наталія Михаліцька Мар'яна Яцик. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. - 480 с.
7. Стратегічні пріоритети державної політики реалізації потенціалу інноваційного розвитку підприємств в Україні / Н. Г. Міценко, О. П. Мульска, В. В. Зайченко, Т. І. Лозовий. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. Львів : ЛТЕУ, 2022. № 69. С. 21–29.
8. Харченко, І. В. Визначення критерію економічної ефективності проектних рішень в галузях з тривалим життєвим циклом (на прикладі будівельної галузі) / І. В. Харченко, В. В. Зайченко // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки : зб. наук. пр. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. Вип. 11 (44). С. 55–65.

Законодавчі та нормативні документи:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV (редакція 31.03.2023). URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15
2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 № 3715-VI (редакція 13.01.2024). URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17

3. Закон України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII (редакція 19.04.2024). URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19
4. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
5. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
6. Закон України «Про науково-технічну інформацію» URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19> .
7. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV (редакція 01.08.2024). URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (редакція 01.08.2024). URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15
9. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР (редакція 01.01.2020). URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр
7. Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами, наказ Мінекономіки України від 11.07.2003 № 185. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0722-03
8. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами, наказ Мінекономіки України від 19.04.2007 № 104. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0639-07
9. ДСТУ 4303:2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять». online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=28066
11. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 № 526-р «Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року». URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-р
12. Постанова Кабінету Міністрів України від 17.09.2003 № 1474 «Про порядок державної реєстрації інноваційних проєктів і ведення Державного реєстру інноваційних проєктів». URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1474-2003-п
13. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.02.2018 № 118 «Критерії оцінки допустимості державної допомоги суб'єктам господарювання на проведення наукових досліджень, технічний розвиток та інноваційну діяльність». URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/118-2018-п

Інформаційні ресурси (офіційні сайти)

1. Національна бібліотека імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Кабінет міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
4. Міністерство фінансів України. URL: <https://www.minfin.gov.ua>
5. Верховна рада України. URL: <https://www.rada.gov.ua>

6. Онлайн-платформа «Дія.Бізнес». URL: <https://business.diia.gov.ua/>.
7. Український фонд стартапів. URL: <https://usf.com.ua/>
8. 10 корисних програм для побудови mind maps. URL: <https://webacademy.ua/blog/junior/10-applications-for-mind-maps>
9. Як перевірити ідею стартапу за допомогою Landing Page. 2024. URL: <https://artjoker.ua/blog/kak-proverit-ideyu-startapa-s-pomoshchyu-landingpage/>