

## **МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГОВЕЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Метою** вивчення дисципліни є формування у майбутніх фахівців компетентності щодо базових принципів, основних понять, теоретичних положень, методичних і практичних підходів до управління у сферах роздрібної та оптової торгівлі.

**Завданнями** вивчення дисципліни є підготовка студентів з таких питань:

- системних знань про теорію і практику торговельного менеджменту в сучасних соціально-економічних умовах діяльності та розвитку торговельних організацій;
- знань понятійного апарату в галузі торговельного менеджменту;
- знань щодо теорій розвитку внутрішньої торгівлі та теорій роздрібної торгівлі;
- знань відмінностей та особливостей управління у роздрібній, оптовій торгівлі та дистрибуції;
- знань моделей регулювання внутрішньої торгівлі;
- знань щодо еволюції каналів продажів та вмінь застосовувати інтеграційний підхід до організації продажів;
- знань щодо візуального мерчандайзингу у системі управління підприємством торгівлі;
- умінь проводити аналіз мультиканальності та омніканальності в торгівлі;
- умінь обґрунтовувати вибір стратегії роздрібної та оптової торгівлі, приймати рішення, спрямовані на підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства торгівлі та / або активізацію його інноваційного розвитку;
- умінь управління взаємовідносинами у торгівлі;
- умінь проводити типізацію послуг та планування індивідуальних послуг у торгівлі;
- умінь управляти якістю обслуговування споживачів;
- навичок щодо оцінювання результатів торговельного менеджменту, визначення доданої вартості роздрібної та оптової торгівлі у національній економіці;

– умінь використовувати інструментарій торговельного менеджменту у практичній діяльності підприємств роздрібної та оптової торгівлі.

Вивчення дисципліни дозволить студентам оволодіти наступними **компетентностями**:

- розуміння цілей, сутності, принципів і структури системи торговельного менеджменту;

- вміння приймати обґрунтовані рішення щодо каналів продажів, візуального мерчандайзингу, управління взаємовідносинами у торгівлі;

- умінь використовувати методичні і практичні підходи до проведення стратегічного позиціонування за різними критеріями процесу продажів;

- навички проводити аналіз, вибір / формування та контроль за реалізацією стратегій роздрібної та оптової торгівлі;

- вміння обґрунтовувати наявність передумов та поетапно впроваджувати інновації у процесі управління діяльністю та розвитком підприємств торгівлі;

- вміння формувати систему показників для оцінювання і порівняння конкурентоспроможності підприємств торгівлі;

- вміння розробляти управлінські рішення за даними про конкурентоспроможність підприємства торгівлі та умови конкуренції;

- вміння розвивати конкурентні переваги підприємств торгівлі;

- вміння оцінювати результативність та ефективність торговельного менеджменту.