

# ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально – науковий інститут денної освіти  
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри



П.Ю. Балабан

(підпис) (ініціали, прізвище)

«30» 06 2023 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни «Інновації, тренди та стійкий розвиток мережевого ритейлу України за сучасних умов»

освітня програма «Економіка»

спеціальність 051 Економіка  
код назва спеціальності

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
код назва галузі знань

ступінь вищої освіти Доктор філософії

Робоча програма навчальної дисципліни «Інновації, тренди та стійкий розвиток мережевого ритейлу України за сучасних умов» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Протокол від «\_\_30\_\_» \_\_06\_\_ 2023\_\_ року № \_\_10\_\_

Полтава 2023

Укладач програми:

Лісіца В. В., к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі.

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Економіка» спеціальності 051  
Економіка ступеня доктора філософії



Т.А. Костишина

(підпис)

«\_30\_»\_06\_2023\_ року

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Менеджмент» спеціальності 073  
Менеджмент ступеня доктора філософії



д.е.н. Л.М. Шимановська-Діанич

(підпис)

«\_30\_»\_06\_2023\_ року

## ЗМІСТ

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни .....	4
Розділ 2 Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання .....	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни .....	5
Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни .....	8
Розділ 5. Оцінювання результатів навчання.....	15
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	15
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни.....	17

## Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

**Таблиця 1 - Опис навчальної дисципліни Інновації, тренди та стійкий розвиток мережевого рітейлу України за сучасних умов**

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	ДЗВ	
Мова викладання	Українська	
Статус дисципліни: вибіркова		
Курс/семестр вивчення	2/3	
Кількість кредитів ЄКТС/кількість модулів	5/2	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: - 150.		
- лекції: 20 год.		
- практичні заняття: 40 год.		
- самостійна робота: 90 год.		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК		
Заочна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: - 150.		
- лекції: 8.		
- практичні заняття: 4.		
- самостійна робота: 138.		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК.		

## Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Метою навчальної дисципліни є вивчення теоретичних і методологічних підходів щодо узагальненої системи знань і уявлень про сучасний стан, тенденції та проблеми розвитку мережевого сектору роздрібної торгівлі, формування творчого потенціалу здобувачів..

Завдання дисципліни: оволодіти знаннями, аналітичними навичками та дослідницькими компетенціями для розуміння, аналізу розвитку сектору мережевого рітейлу в Україні, зокрема в галузі інновацій, аналізу трендів та стійкого розвитку; сформувати навички розробки стратегій для майбутнього розвитку рітейлу за умов економічного відновлення, а також сприяння економічному відновленню та сталому розвитку України.

**Таблиця 2 - Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
Мати передові концептуальні та методологічні знання з економіки, управління соціально-економічними системами і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення фундаментальних і прикладних досліджень на рівні світових досягнень з відповідного напрямку. Глибоко розуміти базові (фундаментальні) принципи та	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел Здатність розв'язувати комплексні проблеми економіки на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору і з дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>методи економічних наук, а також методологію наукових досліджень, створювати нові знання у сфері економіки з метою досягнення економічного та соціального розвитку в умовах глобалізації.</p> <p>Пропонувати нові рішення, розробляти наукові проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі і фундаментальні та прикладні проблеми економічної науки з врахуванням соціальних, економічних, екологічних та правових аспектів; забезпечувати комерціалізацію результатів наукових досліджень та дотримання прав інтелектуальної власності.</p> <p>Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, теоретичні та практичні проблеми економіки державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних наукових виданнях.</p> <p>Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження у сфері економіки та з дотичних міждисциплінарних напрямів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</p>	<p>наукових результатів, які створюють нові знання в економіці та дотичних до неї міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з економіки та суміжних галузей</p> <p>Здатність використовувати сучасні методології, методи та інструменти емпіричних і теоретичних досліджень у сфері економіки, методи комп'ютерного моделювання, сучасні цифрові технології, бази даних та інші електронні ресурси, спеціалізоване програмне забезпечення у науковій та науково-педагогічній діяльності</p> <p>Здатність виявляти, поглиблено аналізувати та вирішувати проблеми дослідницького характеру у сфері економіки з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень, у тому числі з питань європейської та євроатлантичної інтеграції</p> <p>Здатність обґрунтовувати та готувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей розвитку соціально-економічних систем і процесів із застосуванням математичних методів та моделей</p>

### Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

#### Модуль 1. Мережева торгівля: теорії, стан та тенденції розвитку

##### Тема 1. Мережева торгівля. Теорії змін роздрібно́ї торгівлі.

Теоретико-методологічні основи дослідження мережевої торгівлі. Еволюція концептуальних підходів до розуміння мережевої торгівлі. Системна парадигма дослідження мережевих структур у торгівлі. Методологічний інструментарій дослідження мережевих структур у роздрібно́ї торгівлі. Критичний аналіз категоріального апарату теорії мережевої торгівлі. Теоретичні концепції розвитку роздрібно́ї торгівлі: класичні підходи. Теорія колеса роздрібно́ї торгівлі (Wheel of Retailing) М. Макніра: критичний аналіз. Теорія акордеона (Accordion Theory) Холландера. Теорія природного відбору в роздрібно́ї торгівлі (Natural Selection Theory). Сучасні теоретичні концепції еволюції роздрібно́ї торгівлі. Типологія та морфологія торговельних мереж. Теоретичні підходи до класифікації та типології торговельних мереж. Методологія аналізу просторової організації торговельних мереж. Мережеві ефекти та їх вплив на трансформацію роздрібно́ї торгівлі. Монополістична конкуренція та олігополістичні структури в мережеві торгівлі.

##### Тема 2. Стан та тенденції сучасного розвитку світового та українського рітейлу.

Стан та тенденції сучасного розвитку світового та українського рітейла. Вплив цифрової комерції на рітейл; розвиток продажу через соціальні мережі; зростання ролі storytelling та прямих трансляцій для збільшення продажів; зростання експериментальної роздрібно́ї торгівлі та флагманських магазинів; розвиток омніканальності Phygital рітейлу; розвиток швидкої доставки та Quick Commerce; проблеми з ланцюгами поставок та їх вплив на діяльність учасників ринку рітейла; розвиток технологій та автоматизації бізнес-процесів в рітейлі; тенденції ринку праці в рітейлі; проблеми ціноутворення та інфляції в рітейлі; тенденції та процеси, що пов'язані зі стійким розвитком компаній в сфері рітейла. Сутність та зміст базових стратегії по М. Портеру для рітейла та їх трансформація за сучасних умов.

##### Тема 3. Формати магазинів та їх еволюція.

Формати магазинів та їх еволюція. Терміни: роздрібна бізнес-модель, роздрібний формат, концепт магазину. Формат як сукупність характеристик підприємства роздрібною торгівлі, що характеризує роздрібну позицію магазину. Фактори, що впливають на розвиток форматів в роздрібній торгівлі: технології; зміни у різних секторах торгівлі та загальні тенденції на ринку; зміна методів торгівлі; зміни у поведінці споживачів, їх звичках та цінностях. Тренди в концепціях магазинів. Характеристика форматів. Формати магазинів, в яких представлений переважно продовольчий асортимент: гіпермаркет; супермаркет та його різновиди; дискаунтер; міні-маркет; «магазини у дома»; гастрономічні бутіки тощо. Формати магазинів, в яких представлений переважно непродовольчий асортимент: універсальні магазини (універмаги); будівельні та меблеві гіпермаркети; магазин-склад, бутіки, аутлети. Синтетичні формати: торговельний центр, торговельно-розважальний центр, моли, торгова галерея, торгова вулиця.

#### **Тема 4. Стратегія розвитку торговельних мереж.**

Процес стратегічного планування. Принципи аналізу і чинники зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкурентні переваги роздрібних компаній. Вертикальні взаємодії учасників ринку. Горизонтальні взаємодії учасників ринку. Концепція контролю над ринком. Оцінка стратегічних перспектив розвитку торговельних мереж з урахуванням існуючих можливостей та загроз, а також сильних та слабких сторін з використанням SWOT-аналізу.

#### **Тема 5. Теоретичні та практичні аспекти реалізації цілей сталого розвитку в сфері ритейлу.**

Еволюція концепції сталого розвитку: від Брундтландської комісії до сучасних парадигм. 17 Цілей сталого розвитку ООН та їх інтеграція в бізнес-стратегії. Специфіка імплементації ЦСР у контексті ритейлу: системний підхід. Інституційні механізми забезпечення сталого розвитку в ритейлі. Методологія оцінки впливу ритейлу на екологічні, соціальні та економічні системи. Теоретичні моделі трансформації споживчої поведінки в контексті сталого розвитку. Циркулярна економіка в ритейлі: теоретичні моделі та емпіричні дослідження. Декарбонізація ритейл-індустрії: проблеми вимірювання та зниження вуглецевого сліду. Енергоефективність у ритейлі: дослідження інноваційних технологій та їх впровадження. Управління відходами в ритейлі: від теорії до практичних рішень. Методологічні підходи до оцінки соціального впливу ритейл-компаній. Забезпечення гідних умов праці в ритейл-секторі: дослідницькі параметри. Інклюзивність у ритейлі: теоретичні підходи та емпіричний аналіз. Етичні ланцюги постачання: методики аудиту та верифікації. Соціальні інновації в ритейлі: типологія та оцінка ефективності. Теоретичні моделі взаємозв'язку між сталим розвитком та економічною ефективністю ритейлу. Методологія дослідження впливу технологій на сталість ритейл-операцій. Стратегічне управління та імплементація ЦСР у ритейлі. Дослідження споживчих аспектів сталого ритейлу. Оцінка та звітність щодо імплементації ЦСР у ритейлі.

### **Модуль 2. Організаційно-економічні аспекти діяльності торговельних мереж.**

#### **Тема 6. Сучасні підходи до формування асортименту та системи взаємовідносин з постачальниками в торговельних мережах.**

Асортимент та асортиментна матриця роздрібною мережі. Що таке асортимент, оптимальний асортимент. Як правильно оптимізувати асортимент. Що необхідно враховувати при плануванні асортименту. Поняття асортиментної матриці. Основні етапи формування асортиментної матриці. Основні чинники формування асортименту товарів в різних торговельних форматах. Методики формування асортименту товарів. Структура аналізу торгового асортименту. Етапи розробки товарів під власною торговою маркою: вивчення ситуації і виявлення можливостей, концепція розробки та її уточнення, впровадження товару; оцінка нових розробок, комерціалізація. Особливості власних торгових марок. Управління асортиментом товарів на основі вартісного та варіаційного аналізу.

Функції роздрібних компаній в організації закупівель товарів. Основні завдання роздрібних

компаній щодо організації закупівельної роботи. Методика організації закупівель. Процедура виявлення нових постачальників. Визначення критеріїв відбору постачальників. Методи оцінки постачальників. Побудова ланцюга поставок. Встановлення прямих зв'язків з виробниками продукції. Закупівельні спілки по роботі з постачальниками. «Вхідні квитки» та інші вимоги, що висуваються торговельними мережами постачальникам. Управління ланцюгом постачання товарів. Економічний та новаторський ланцюг постачання товарів. Способи доставки товарів.. Сучасні тенденції організації постачання продукції на підприємства роздрібною торгівлі.

### **Тема 7. Ціноутворення торговельних мереж: стратегії, методи та інструменти.**

Цінова політика торговельних мереж: стратегії, методи та інструменти. Види цінових стратегій. Розподіл цінових сегментів. Основні моменти у роботі з цінами. Методи ціноутворення в залежності від цінової політики та стратегії компанії. Процедура ціноутворення. Товари KVI. Вимоги до товарів групи KVI. Як ритейлери вирішують, які товари включити до списку позицій KVI. Чотири типи позицій KVI. Вибір категорії з ключовими індикаторами. Цінова еластичність попиту. Власні торговельні марки (VTM) та категорійний менеджмент. Базові стратегії VTM. Цінова політика VTM в залежності від обраної стратегії. Промо як тактика категорійного менеджменту. Визначення тактик та механік промо. Важливі моменти в управлінні промо-проєктами.

### **Тема 8. Інноваційні тренди та цифровізація українського ритейлу.**

Теоретико-методологічні основи дослідження інновацій у ритейлі. Еволюція теоретичних підходів до вивчення інновацій у сфері торгівлі. Концептуалізація цифрової трансформації ритейлу. Типологія інновацій у ритейлі: теоретичні моделі та класифікаційні системи. Методологічні аспекти дослідження інноваційної активності ритейл-компаній. Макроекономічний контекст цифровізації українського ритейлу. Технологічні драйвери трансформації українського ритейлу. Омніканальність як концептуальна парадигма сучасного ритейлу. Трансформація операційних моделей ритейлу під впливом цифровізації. Трансформація споживчого досвіду в цифровому ритейлі. Теоретичні моделі формування споживчого досвіду в цифровому середовищі. Методологія дослідження безшовного клієнтського досвіду в омніканальному ритейлі. Персоналізація в ритейлі: концептуальні підходи та методики оцінки ефективності. Поведінкова економіка та нейромаркетинг у цифровому ритейлі. Автоматизація взаємодії зі споживачами: від чат-ботів до штучного інтелекту. Аналітика та Big Data в українському ритейлі. Інноваційні бізнес-моделі у цифровому ритейлі України. Стратегічне управління інноваціями та цифровою трансформацією ритейлу.



Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
		<b>Практичне 2</b> Кейс торговельної мережі «АТБ»	2	«Створення та розвиток національної торговельної мережі (на власний вибір)»	
<b>Тема 4. Стратегія розвитку торговельних мереж.</b> 4.1. Аналіз зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкуренція між торговельними форматами. 4.2. Ділові стратегії роздрібних компаній. 4.3. Форми взаємодії учасників ринку. 4.4. Оцінка стратегічних перспектив розвитку торговельних мереж. 4.5. Розробка концепції контролю за ринком.	2	<b>Тема 4. Стратегія розвитку торговельних мереж.</b> <b>Практичне 1</b> 4.1. Аналіз зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкуренція між торговельними форматами. 4.2. Ділові стратегії роздрібних компаній. 4.3. Форми взаємодії учасників ринку. <b>Практичне 2</b> 4.4. Оцінка стратегічних перспектив розвитку торговельних мереж. 4.5. Розробка концепції контролю за ринком.	2     2	Підготувати презентації на теми: «SWOT-аналіз як інструмент оцінки стратегічних перспектив розвитку підприємств» (на прикладі конкретної торгової точки), «Особливості розвитку конкуренції в роздрібній торгівлі», «Корпоративні стратегії торговельних мереж».	11
<b>Тема 5. Теоретичні та практичні аспекти реалізації цілей сталого розвитку в сфері ритейлу.</b> 5.1. Еволюція концепції сталого розвитку. 5.2. Специфіка імплементації ЦСР у контексті ритейлу. 5.3. Теоретичні моделі взаємозв'язку між сталим розвитком та економічною ефективністю ритейлу.	2	<b>Тема 6. Теоретичні та практичні аспекти реалізації цілей сталого розвитку в сфері ритейлу.</b> <b>Практичне 1</b> 5.1. Еволюція концепції сталого розвитку. 5.2. Специфіка імплементації ЦСР у контексті ритейлу. 5.3. Теоретичні моделі взаємозв'язку між сталим розвитком та економічною ефективністю ритейлу. <b>Практичне 2</b> Кейс торговельної мережі «Сільпо»	2     2	Підготувати презентації на теми: «Циркулярна економіка в ритейлі: теоретичні моделі та емпіричні дослідження», «Декарбонізація ритейл-індустрії: проблеми вимірювання та зниження вуглецевого сліду», «Енергоефективність у ритейлі: дослідження інноваційних технологій та їх впровадження», «Управління відходами в ритейлі: від теорії до практичних рішень», «Методологічні підходи до оцінки соціального впливу ритейл-компаній», «Забезпечення гідних умов праці в ритейл-секторі: дослідницькі параметри», «Інклюзивність у ритейлі».	11
<b>Разом по модулю 1</b>	<b>12</b>		<b>20</b>		<b>55</b>
<b>Модуль 2. Організаційно-економічні аспекти діяльності торговельних мереж</b>					
<b>Тема 6. Сучасні підходи до формування асортименту та системи взаємовідносин з постачальниками в торговельних мережах.</b> <b>Лекція 1.</b> 6.1. Основні підходи до формування асортименту товарів в торговельних мережах. 6.2. Розробка торговельною мережею	2	<b>Тема 6. Сучасні підходи до формування асортименту та системи взаємовідносин з постачальниками в торговельних мережах.</b> <b>Практичне 1</b> 6.1. Основні підходи до формування асортименту товарів в торговельних мережах. 6.2. Розробка торговельною мережею	2	Підготувати презентації на теми «Управління асортиментом товарів на основі ABC-аналізу та XYZ-аналізу», «Використання власних торгових марок українськими ритейлорами», «Власний бренд торговельної мережі як елемент підвищення її конкурентоспроможності», «Проблеми управління товарними запасами в торговельних мережах».	11



Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
дослідження інновацій у ритейлі. 8.2. Типологія інновацій у ритейлі: теоретичні моделі та класифікаційні системи. 8.3. Технологічні драйвери трансформації українського ритейлу. Омніканальність як концептуальна парадигма сучасного ритейлу. 8.4. Інноваційні бізнес-моделі у цифровому ритейлі України.		8.1. Теоретико-методологічні основи дослідження інновацій у ритейлі. 8.2. Типологія інновацій у ритейлі: теоретичні моделі та класифікаційні системи. <b>Практичне 2</b> 8.3. Технологічні драйвери трансформації українського ритейлу. Омніканальність як концептуальна парадигма сучасного ритейлу. <b>Практичне 3</b> 8.4. Інноваційні бізнес-моделі у цифровому ритейлі України. 8.5. Розвиток платформеного ритейлу. Кейс Rozetka, мережі Епіцентр	2  2	ритейлу», «Трансформація операційних моделей ритейлу під впливом цифровізації», «Трансформація споживчого досвіду в цифровому ритейлі», «Персоналізація в ритейлі: концептуальні підходи та методики оцінки ефективності», «Поведінкова економіка та нейромаркетинг у цифровому ритейлі», «Автоматизація взаємодії зі споживачами: від чат-ботів до штучного інтелекту», «Аналітика та Big Data в українському ритейлі», «Стратегічне управління інноваціями та цифровою трансформацією ритейлу».	
<b>Разом по модулю 2</b>	<b>8</b>		<b>20</b>		<b>35</b>
<b>Разом</b>	<b>20</b>		<b>40</b>		<b>90</b>

**Таблиця 4.2 - Тематичний план навчальної дисципліни Інновації, тренди та стійкий розвиток мережевого ритейлу України за сучасних умов** для здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії заочної форми навчання

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<b>Модуль 1. Мережева торгівля: теорії, стан та тенденції розвитку</b>					
<b>Тема 1. Мережева торгівля. Теорії змін роздрібною торгівлі.</b> <b>Лекція 1.</b> 1.1. Мережева торгівля: історія виникнення та сучасний стан. 1.2. Типологія та морфологія торговельних мереж. Теоретичні підходи до класифікації та типології торговельних мереж. <b>Лекція 2.</b> 1.3. Теорії змін роздрібною торгівлі. 1.3.1. Теорії циклічності. 1.3.2. Теорії оточення. 1.3.3. Теорія конфлікту. 1.3.4. Комбінована теорія.	2  2	<b>Тема 1. Мережева торгівля. Теорії змін роздрібною торгівлі.</b> <b>Практичне 1</b> 1.1. Теоретико-методологічні основи дослідження мережевої торгівлі. 1.2. Еволюція концептуальних підходів до розуміння мережевої торгівлі. <b>Практичне 2</b> 1.3. Теорії змін роздрібною торгівлі. 1.3.1. Теорії циклічності. 1.3.2. Теорії оточення. 1.3.3. Теорія конфлікту. 1.3.4. Комбінована теорія.	2  2	Підготувати реферати на теми «Тенденцій розвитку роздрібною торгівлі України», «Проблеми та пріоритетні напрями розвитку мережевої торгівлі в Україні», «Соціально-економічні тенденції розвитку суспільства та їх вплив на функціонування мережевої торгівлі в Україні», «Мережеві ефекти та їх вплив на трансформацію роздрібною торгівлі», «Монополістична конкуренція та олігополістичні структури в мережевій торгівлі».	<b>11</b>
<b>Тема 2. Стан та тенденції сучасного розвитку світового та українського</b>	<b>2</b>	<b>Тема 2. Стан та тенденції сучасного розвитку світового та українського</b>		Підготувати презентації на теми: «SWOT-аналіз як інструмент оцінки стратегічних	<b>11</b>

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<b>рїтейла.</b> 2.1.Сучасні світові тренди в рїтейле останніх років. 2.2. Базові стратегії по М. Портеру для рїтейла та їх трансформація за сучасних умов.		<b>рїтейла.</b> <b>Практичне 1</b> 2.1.Сучасні світові тренди в рїтейле останніх років. 2.2. Базові стратегії по М. Портеру для рїтейла та їх трансформація за сучасних умов. <b>Практичне 2</b> Розгляд кейсів світових компаній-рїтейлерів	2  2	перспектив розвитку підприємств» (на прикладі конкретної торгової точки). Підготувати реферати на теми «Тенденцій розвитку роздрїбної торгівлі України», «Проблеми та прїоритетні напрями розвитку мережевої торгівлі в Україні», «Вплив цифрових технологїй на розвиток рїтейлу», «Процеси дїджиталїзації та їх вплив на розвиток рїтейлу в світі та Україні», «Особливостї розвитку конкуренції в роздрїбній торгівлі», «Корпоративні стратегїї торговельних мереж».	
<b>Тема 3. Формати магазинів та їх еволюція.</b> 3.1. Формати магазинів та їх еволюція. 3.2. Характеристика форматів.	2	<b>Тема 3. Формати магазинів та їх еволюція.</b> <b>Практичне 1</b> 3.1. Формати магазинів та їх еволюція. 3.2. Характеристика форматів. <b>Практичне 2</b> Кейс торговельної мережі «АТБ»	2  2	Підготувати презентації на теми «Виникнення і розвиток основних торговельних форматів», «Особливостї діяльності іноземної роздрїбної компанії (на власний вибір) на Україні», «Створення та розвиток національної торговельної мережі (на власний вибір)»	11
<b>Тема 4. Стратегія розвитку торговельних мереж.</b> 4.1. Аналіз зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкуренція між торговельними форматами. 4.2. Дїлові стратегїї роздрїбних компаній. 4.3. Форми взаємодїї учасників ринку. 4.4. Оцїнка стратегїчних перспектив розвитку торговельних мереж. 4.5. Розробка концепції контролю за ринком.	2	<b>Тема 4. Стратегія розвитку торговельних мереж.</b> <b>Практичне 1</b> 4.1. Аналіз зовнішнього середовища торговельних мереж. Конкуренція між торговельними форматами. 4.2. Дїлові стратегїї роздрїбних компаній. 4.3. Форми взаємодїї учасників ринку. <b>Практичне 2</b> 4.4. Оцїнка стратегїчних перспектив розвитку торговельних мереж. 4.5. Розробка концепції контролю за ринком.	2  2	Підготувати презентації на теми: «SWOT-аналїз як інструмент оцїнки стратегїчних перспектив розвитку підприємств» (на прикладі конкретної торгової точки), «Особливостї розвитку конкуренції в роздрїбній торгівлі», «Корпоративні стратегїї торговельних мереж».	11
<b>Тема 5. Теоретичні та практичні аспекти реалїзації цїлей сталого розвитку в сферї рїтейлу.</b> 5.1. Еволюція концепції сталого розвитку. 5.2. Специфіка імплементації ЦСР у контекстї рїтейлу. 5.3. Теоретичні моделї взаємозв'язку між сталим розвитком та економічною	2	<b>Тема 6. Теоретичні та практичні аспекти реалїзації цїлей сталого розвитку в сферї рїтейлу.</b> <b>Практичне 1</b> 5.1. Еволюція концепції сталого розвитку. 5.2. Специфіка імплементації ЦСР у контекстї рїтейлу. 5.3. Теоретичні моделї взаємозв'язку між	2	Підготувати презентації на теми: «Циркулярна економіка в рїтейлі: теоретичні моделї та емпїричні дослідження», «Декарбонїзація рїтейл-їндустрїї: проблеми вимїрювання та зниження вуглецевого слїду», «Енергосективність у рїтейлі: дослідження інноваційних технологїй та їх	11



Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання практичного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
		<b>Практичне 3</b> Кейс торговельної мережі «Аврора»	<b>2</b>	підвищення її конкурентоспроможності», «Проблеми управління товарними запасами в торговельних мережах», «Основні типи стратегій ціноутворення в ритейлі», «Цінова політика роздрібною компанією», «Чутливість покупців до ціни. Ціноутворення на основі цінності товару, що сприймається (value based pricing)», «Конкурентне ціноутворення: Front Basket, Back Basket», «Конкурентний аналіз асортименту», «Планування промо. Ефективність промоакцій», «Структура промо-кошика», «Тактика промо в залежності від ролі категорії та товарної стратегії».	
<b>Тема 8. Інноваційні тренди та цифровізація українського ритейлу.</b> 8.1. Теоретико-методологічні основи дослідження інновацій у ритейлі. 8.2. Типологія інновацій у ритейлі: теоретичні моделі та класифікаційні системи. 8.3. Технологічні драйвери трансформації українського ритейлу. Омніканальність як концептуальна парадигма сучасного ритейлу. 8.4. Інноваційні бізнес-моделі у цифровому ритейлі України.	<b>2</b>	<b>Тема 8. Інноваційні тренди та цифровізація українського ритейлу.</b> <b>Практичне 1</b> 8.1. Теоретико-методологічні основи дослідження інновацій у ритейлі. 8.2. Типологія інновацій у ритейлі: теоретичні моделі та класифікаційні системи. <b>Практичне 2</b> 8.3. Технологічні драйвери трансформації українського ритейлу. Омніканальність як концептуальна парадигма сучасного ритейлу. <b>Практичне 3</b> 8.4. Інноваційні бізнес-моделі у цифровому ритейлі України. 8.5. Розвиток платформеного ритейлу. Кейс Rozetka, мережі Епіцентр	<b>2</b>  <b>2</b>  <b>2</b>	Підготувати реферати на теми: «Омніканальність як концептуальна парадигма сучасного ритейлу», «Трансформація операційних моделей ритейлу під впливом цифровізації», «Трансформація споживчого досвіду в цифровому ритейлі», «Персоналізація в ритейлі: концептуальні підходи та методики оцінки ефективності», «Поведінкова економіка та нейромаркетинг у цифровому ритейлі», «Автоматизація взаємодії зі споживачами: від чат-ботів до штучного інтелекту», «Аналітика та Big Data в українському ритейлі», «Стратегічне управління інноваціями та цифровою трансформацією ритейлу».	<b>13</b>
<b>Разом по модулю 2</b>	<b>8</b>		<b>20</b>		<b>35</b>
<b>Разом</b>	<b>20</b>		<b>40</b>		<b>90</b>

## Розділ 5. Система оцінювання знань

Таблиця 5.1. – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): виконання навчальних завдань (15 балів); завдання самостійної роботи (10 балів); тестування (15 балів); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-8): виконання навчальних завдань (15 балів); завдання самостійної роботи (10 балів); тестування (15 балів); поточна модульна робота (10 балів),	50
Разом	100

Таблиця 5.2 – Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	10
	Розробка наочних засобів навчання (презентації, відео контенту) з окремої теми або питання	10
	Зарахування результатів неформальної освіти	до 10
2. Науково-дослідна	Участь у наукових конференціях: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	5
	Публікація тез доповіді за результатами участі у наукових конференціях	5
	Публікація наукової статі	10

Таблиця 6 - Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## Розділ 6. Інформаційні джерела

### Основні

1. Анатомія рітейла / Віктор Корсак, Роман Корсак. – Луцьк, Видавництво «Коло», 2021. – 816 с.
2. Копич І.М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І.М. Копич, О.О. Нестуля та ін. ; за ред. В.В. Апопія, П.Ю. Балабана. – Львів : Новий Світ – 2014. – 565 с.

3. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.] ; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.-екон.-ун-т, 2014. – 344 с.
4. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н.О. Власова, О.В. Колючкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків АдВАТМ, 2012. - 255 с.
5. Лісіца В.В. Тенденції розвитку мережевого ритейлу в Україні в період пандемії COVID–19. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10973/1/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%B2%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9F%D0%A3%D0%95%D0%A2%20E2%84%962%2898%292020.pdf>
6. Лісіца В.В. Тенденції на напрями трансформації українського ритейлу у пандемічний та постпандемічний періоди // Якість і безпечність продукції у внутрішній і зовнішній торгівлі та торговельне підприємництво: сучасні вектори розвитку і перспективи : колективна монографія ; за ред. О. В. Калашник, С. Е. Мороз, І. О. Яснолоб. - Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2021. 436 с.
7. Лісіца В.В. Цифрові ланцюги поставок: технології, тенденції та напрями розвитку / В.В. Лісіца, Михайленко О.М., Ротенберг О.В. // Причорноморські економічні студії. Економічний науково-практичний журнал, 2023. - №81. – С. 99-106. URL:[http://bses.in.ua/journals/2023/81\\_2023/19.pdf](http://bses.in.ua/journals/2023/81_2023/19.pdf)
8. Глобальні зміни на ринку споживання. Дослідження 4Service. URL: <https://retailers.ua/news/management/10944-globalnyie-izmeneniya-na-ryinke-potrebleniya-issledovanie-4service>].
9. Consumers and the new reality. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/06/consumers-and-the-new-reality.pdf>
10. Стрімка діджиталізація: цифрова трансформація ритейлу під час карантину. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/strimka-didzhitalizacziya-czifrova-transformacziya-ritejlu-pid-chas-karantinu/>.
11. Як змінюються звички українських інтернет-покупців. Результати дослідження CBR. URL: <http://surl.li/avaby>.
12. PwC Майбутнє споживчих ринків. URL: [pwc.com/consumers-today](http://pwc.com/consumers-today).
13. The Future of Retail: Asia’s Ecosystems. URL: <https://www.bain.com/insights/the-future-of-retailing-asias-retail-ecosystems-report/>.
14. Прямі продажі або що таке D2C? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shop-express.com.ua/ukr/blog/d2c/>
15. Deloitte 2023 CxO Sustainability Report. URL: <https://www.deloitte.com/global/en/issues/climate/content/deloitte-cxo-sustainability-report.html>
16. Sustainability in retail. URL: <https://www.deloitte.com/global/en/Industries/consumer/analysis/sustainability-in-retail.html>
17. Цілі сталого розвитку та їх адаптація для України. URL: <https://dev.sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvitok/istoriya/>
18. Gautham G. Vadakkepatt, Karen Page Winterich and Vikas Mittal (2020). Sustainable Retailing. URL: [https://www.researchgate.net/profile/John-Aloysius/publication/346441489\\_Sustainable\\_Retailing/links/5fdc517b45851553a0c70097/Sustainable-Retailing.pdf](https://www.researchgate.net/profile/John-Aloysius/publication/346441489_Sustainable_Retailing/links/5fdc517b45851553a0c70097/Sustainable-Retailing.pdf)
19. Sustainability in Retail: Practical Ways to Make Progress. URL: <https://www.bain.com/insights/sustainability-in-retail/>
20. A Changed World: The Rise Of Retail Sustainability. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/08/04/a-changed-world-the-rise-of-retail-sustainability/?sh=34e324ff29af>
21. A Changed World: The Rise Of Retail Sustainability. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/08/04/a-changed-world-the-rise-of-retail-sustainability/?sh=34e324ff29af>
22. SustainableRetailGuide: 40 InitiativesfortheRetailIndustry/ URL: <https://greenbusinessbureau.com/industries/retail/sustainable-retail/>

### Додаткові

1. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації : монографія / В. В. Лісіца, В.І. Місюкевич, О.М. Михайленко – Полтава, РВВ ПУЕТ, 2020. – 286 с.
2. Grewal, Dhruv, Anne L. Roggeveen, and Jens Nordfält (2017). The Future of Retailing. Journal of Retailing, vol. 93, no. 1, 2017, pp. 1-6.
3. Herb Sorensen (2016). Inside the Mind of the Shopper: The Science of Retailing, 2nd edition. Published by Pearson FT Press
4. Timo Rintamaki, Hannu Kuusela, & Lasse Mitronen (2019). Identifying competitive customer value propositions in retailing. URL: <https://onehealth.jp.eu/wp-content/uploads/2019/08/Rintamaki-et-al-2007-Identifying-competitive-customer-value-propositions.-Managing-Service-Quality-176-621-634.pdf>
5. Sławińska. M. (2016). Changes to retail business models – overview of the determining factors. URL: <http://agro.icm.edu.pl/agro/element/bwmeta1.element.agro-5edce467-f0c5-4542-af2c-f5cdb86e980/c/149-160.pdf>
6. Amit, R., & Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. MIT Sloan Management Review, 53(3), 41
7. Customer value proposition for retail: how to turn browsers to buyers. URL: <https://blog.hellostepchange.com/blog/customer-value-proposition-for-retail>
8. The Elements of a Retail Business Model. URL: <https://www.bcg.com/publications/2010/strategy-elements-retail-business-model>
9. How retailers' value propositions need to evolve for success. URL: [https://www.ey.com/en\\_gl/insights/consumer-products/defining-the-future-of-retail](https://www.ey.com/en_gl/insights/consumer-products/defining-the-future-of-retail)
10. How will customer-first technology create retailer value that lasts? URL: [https://www.ey.com/en\\_om/insights/consumer-products/how-technology-can-drive-transformation-in-retail](https://www.ey.com/en_om/insights/consumer-products/how-technology-can-drive-transformation-in-retail)
11. The future of retail. How value propositions will evolve to enable relevance and success. URL: <https://www.ey.com/content/dam/ey-unified-site/ey-com/en-gl/industries/consumer-products/documents/ey-future-of-retail-report-february-2023.pdf>

### Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Супровід лекцій за курсом з використанням Microsoft PowerPoint Presentation.
2. Лісіца В.В. Інновації, тренди та стійкий розвиток мережевого ритейлу України за сучасних умов: дистанційний курс // В. В. Лісіца [Електронний ресурс] : Головний центр дистанційного навчання Полтавський університет економіки і торгівлі. – Режим доступу: <https://www2.el.puet.edu.ua/asp/course/view.php?id=43>