

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки
до виконання курсових робіт
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D7 «Торгівля»

Київ 2026

УДК 339.166.8

О-64

Укладач Л.М. Алавердян, канд. екон. наук, доцент

Рецензент О.В. Романенко, канд. екон. наук, доцент

Відповідальний за випуск П.В. Захарченко, канд. техн. наук,
професор

*Затверджено на засіданні кафедри товарознавства та комерційної
діяльності в будівництві, протокол № 13 від 11 березня 2026 року.*

В авторській редакції.

Організація торгівлі : методичні вказівки до виконання курсових
О-64 робіт / уклад. Л.М. Алавердян. – Київ : КНУБА, 2026. – 24 с.

Містить зміст та основні рекомендації для написання курсових
робіт, завдання, порядок виконання, вимоги до оформлення та змісту
структурних частин курсової роботи, а також орієнтовну тематику.

Призначено для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти спеціальності D7 «Торгівля».

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до чинних навчальних планів здобувачами будівельно-технологічного факультету спеціальності D7 «Торгівля» виконується курсова робота з дисципліни «Організація торгівлі» на третьому році денної та заочної форм навчання.

Курсова робота – це самостійна письмова робота, яка є підсумком теоретичної та практичної підготовки, а також формою контролю знань та навичок здобувача. Курсова робота дозволяє виявити здатність здобувача систематизувати отримані теоретичні знання з дисципліни, самостійно осмислити та дослідити певну проблемну ситуацію, здійснити науково-методичне та практичне узагальнення проблеми, запропонувати власні варіанти її вирішення. Вона базується на вивченні законодавчих актів, що регулюють діяльність торговельних процесів, літературних джерел, зборі статистичних та практичних матеріалів і проведенні власних експериментальних досліджень.

Мета курсової роботи – поглибити та узагальнити отримані теоретичні знання з дисципліни «Організація торгівлі», навчитися застосовувати теоретичні знання в практичних рішеннях питань організації торговельних процесів.

Завданням виконання курсової роботи здобувачами є самостійно знайти та вивчити літературу, яка визначається під час обрання теми; проаналізувати статистичні дані, що ілюструють діяльність підприємства в динаміці; показати вміння вирішувати економічні завдання, використовуючи вивченні теоретичні положення для розв'язання конкретних питань економіки та організації діяльності торговельного підприємства згідно з обраною темою курсової роботи.

Основні вимоги до курсової роботи:

- актуальність та практична спрямованість теми;
- чітка характеристика об'єкта, предмета, мети і методів дослідження;

- науковий підхід до вивчення та критичний аналіз теоретичного матеріалу згідно з темою;
- використання сучасних методичних підходів та існуючого досвіду досліджень з даної проблеми;
- обґрунтування та узагальнення результатів, формування висновків та практичних рекомендацій.

Обсяг курсової роботи має бути в межах 40-50 сторінок друкованого тексту формату А4 (шрифт – 14 Times New Roman, через 1,5 інтервал) без урахування додатків і списку літератури. Поля повинні бути: верхнє – 2 см, нижнє – 1,5 см, лівє – 2,5 см, правє – 1,5 см.

У процесі написання курсової роботи здобувач повинен виконати ряд завдань:

- вивчити та дослідити теоретичний матеріал згідно з обраною темою;
- з'ясувати основні аспекти проблеми, розглянути різні точки зору;
- розкрити обрану тему шляхом написання узагальненої теоретичної частини за результатами опрацьованого матеріалу;
- навести загальну характеристику господарсько-фінансової діяльності досліджуваного підприємства;
- здійснити аналіз показників, що відповідають темі курсової роботи, з використанням різноманітних методів, які наведено в спеціальній літературі з економіки торгівлі;
- запропонувати власні рішення щодо усунення виявлених недоліків в роботі торговельного підприємства та використання виявлених резервів згідно з обраною темою дослідження;
- зробити висновки.

З метою забезпечення своєчасного виконання завдань з підготовки курсової роботи, весь процес розбивають на декілька взаємозалежних етапів. Основними етапами виконання курсової роботи є:

- 1) затвердження теми і складання плану курсової роботи;
- 2) вивчення та аналіз літературних джерел з теми, їх узагальнення;

- 3) збирання практичного матеріалу і проведення економічних досліджень, їх обробка;
- 4) написання та оформлення курсової роботи;
- 5) здача керівнику для перевірки;
- 6) захист курсової роботи.

ВИБІР ТЕМИ. СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ

Сучасний стан глобальної та національної економіки диктує нові вимоги до підготовки фахівців у галузі торгівлі. Здобувачі першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D7 «Торгівля» перебувають на етапі формування ключових професійних компетенцій, що дозволяють їм ефективно управляти торговельними структурами в умовах високої невизначеності та технологічного прискорення. Дисципліна «Організація торгівлі» на третьому курсі є фундаментом для розуміння операційних процесів, маркетингових стратегій та логістичних ланцюгів, які забезпечують життєздатність бізнесу. Вибір теми курсової роботи повинен не лише відповідати академічним стандартам, а й відображати реалії ринку 2024–2026 років, де домінують штучний інтелект, омніканальність та адаптація до воєнних викликів.

Аналіз ринкової ситуації в Україні свідчить про феноменальну стійкість торговельного сектору. Попри інфляційні тиски та логістичні складнощі, оборот роздрібної торгівлі у січні-квітні 2025 року зріс на 20,33% у національній валюті. Це зростання супроводжується глибокою трансформацією споживчих звичок: українці стають більш чутливими до ціни, але водночас вимагають високого рівня сервісу та технологічності.

Для того, щоб теми курсових робіт мали практичну цінність, необхідно розуміти глобальний контекст. Згідно з прогнозами, до 2026 року ключовими драйверами ритейлу стануть автоматизація через дефіцит робочої сили, розвиток власних торгових марок та інтеграція ритейл-медіа як нового джерела прибутку. В Україні ці тренди накладаються на специфічні умови: внутрішню міграцію населення до західних регіонів, що

стимулює розвиток локальних ринків, та необхідність забезпечення автономності торговельних точок під час відключень енергії.

Здобувач може обрати тему після обговорення та затвердження її керівником. Здобувачі заочної форми навчання вибір теми курсової роботи здійснюють з урахуванням напрямів своєї практичної діяльності, можливостей використання статистичної звітності підприємств та організацій, де вони працюють, але відповідно до тематики, яка пропонується кафедрою. Здобувач заочної форми навчання може запропонувати тему самостійно, але узгодити її з керівником курсової роботи.

В якості об'єкта дослідження доцільно обирати середні та великі торговельні підприємства, які мають достатню номенклатуру продукції та обсяги продажів у вартісному виразі для виконання якісного аналізу та надання повноцінних рекомендацій. Як виняток курсову роботу можна виконати за узгодженням із завідувачим кафедрою – на умовних даних.

Орієнтовний перелік тем курсових робіт

1. Організація прогнозування попиту в ритейлі за допомогою предиктивної аналітики та ШІ.
2. Використання комп'ютерного зору (Computer Vision) для автоматизації контролю викладки товарів.
3. Організація та впровадження систем електронних цінників (ESL) у сучасних торговельних мережах.
4. Роль технологій доповненої реальності (AR) у створенні іммерсивного досвіду покупця.
5. Організація роботи автономних магазинів без кас: концепція Just Walk Out та її перспективи в Україні.
6. Використання генеративного ШІ для персоналізації клієнтського досвіду та контент-маркетингу в e-commerce.
7. Організація логістичних операцій на складах за допомогою роботизованих систем.

8. Використання Інтернету речей (IoT) для моніторингу якості продукції в торговельному ланцюгу.
9. Організація діяльності торговельних підприємств у форматі «магазин біля дому» (Convenience Store).
10. Франчайзинг як метод експансії на ринку роздрібної торгівлі: аналіз успішних кейсів в Україні.
11. Організація та управління мікро-франшизами в торгівлі та сфері послуг.
12. Стратегія розвитку власних торгових марок (Private Labels) як шлях до підвищення лояльності та прибутковості.
13. Організація діяльності Dark Stores в системі міської логістики електронної торгівлі.
14. Трансформація торговельних центрів у центри досвіду (Experience Centers) та їх роль у залученні трафіку.
15. Організація торгівлі за моделлю підписки (Subscription Commerce) у продуктовому та непродовольчому ритейлі.
16. Організація транскордонної торгівлі на глобальних маркетплейсах (Amazon, Etsy, eBay) для українських підприємців.
17. Організація безшовної омніканальної взаємодії: інтеграція онлайн- та офлайн-каналів.
18. Організація систем лояльності на основі екосистемного підходу.
19. Управління логістикою «останньої милі» та розвиток мереж поштоматів як фактор конкурентоспроможності.
20. Організація торговельного сервісу в умовах «економіки досвіду»: роль персоналу та технологій.
21. Організація зворотного логістичного потоку та мінімізація втрат від повернень товарів.
22. Використання великих даних (Big Data) для оптимізації торговельних площ та мерчандайзингу.
23. Організація торгівлі в соціальних мережах (Social Commerce) та роль лідерів думок (Influencers).

24. Організація інклюзивного середовища в роздрібній торгівлі: від фізичної доступності до цифрової адаптації.

25. Етичне використання ШІ в торгівлі: баланс між персоналізацією та приватністю.

26. Організація торговельного процесу на принципах екологічної відповідальності та сталого розвитку.

27. Організація безпеки в ритейлі: превентивні заходи проти крадіжок за допомогою технологій розпізнавання об'єктів.

28. Організація торговельної діяльності в умовах енергетичних викликів: стратегії автономності.

29. Організація ресейл-платформ у структурі традиційного ритейлу (Circular Economy).

30. Організація торговельного обслуговування у прифронтових зонах та постраждалих регіонах: ризики та адаптація.

Після визначення теми та погодження плану роботи з керівником здобувач отримує завдання на курсову роботу за підписом керівника (дод. А).

Структура курсової роботи

Титульний аркуш є першою сторінкою курсової роботи і містить дані, наведені у дод. Б.

Зміст курсової роботи розташовують безпосередньо після титульного аркушу, починаючи з нової сторінки. До змісту включають:

- вступ;
- послідовно перелічені назви всіх розділів, пунктів і підпунктів (якщо вони мають заголовки);
- висновки та пропозиції;
- список використаних джерел;
- назви додатків.

Проти кожного пункту змісту вказують номер сторінки, з якої він починається.

Зразок плану курсової роботи, який є основою для формування змісту курсової роботи, наведений у дод. В.

ВИМОГИ ДО СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ОСНОВНОЇ ЧАСТИНИ КУРСОВОЇ РОБОТИ

У **вступі** коротко розкривається сутність і сучасний стан проблеми, її значущість, обґрунтування актуальності (доцільності) висвітлення теми, дається характеристика об'єкта дослідження, визначається мета і завдання курсової роботи (2 – 3 с.). Актуальність теми та важливість роботи для розвитку сучасної практики організації торгівлі України обґрунтовують на основі критичного аналізу та порівняння з відомими розв'язаннями проблеми. У вступі чітко формулюється мета курсової роботи, вказується об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт дослідження визначають відповідно до поставленої мети. Об'єктом дослідження може бути галузь (підгалузь) національного господарства, торговельне підприємство чи його підрозділи тощо. Предмет дослідження визначають відповідно до вибраної теми курсової роботи і спрямовують дослідницьку роботу на поглиблене вивчення тієї частини відносин функціонування об'єкта, яка дає можливість досягти мети і сформулювати узагальнені висновки та пропозиції. Завданнями курсової роботи виступають теоретичні напрацювання та задачі аналітичних досліджень.

Вступ розташовують на окремій сторінці.

Суть основної частини курсової роботи викладають, поділяючи матеріал на розділи. Рекомендований зміст курсової роботи передбачає наявність трьох основних розділів, назва яких конкретизується згідно з обраною темою курсової роботи:

1. Сутнісні та теоретико-методичні основи категорій та явищ (теоретичний розділ).
2. Аналіз обраного об'єкта дослідження або економічних явищ, що вивчаються (аналітичний розділ).
3. Розробка пропозицій з усунення недоліків в роботі об'єкта дослідження, використання резервів, що виявилися в аналітичному розділі (проєктний розділ).

Розділи можуть поділятися на підрозділи, пункти, підпункти. Кожний пункт і підпункт повинен містити закінчену інформацію.

У розділах основної частини наводять:

Перший (теоретичний) розділ (2 – 3 питання) – теоретичні основи проблеми, що розглядається. Даний розділ передбачає глибоке і всебічне розкриття сутності проблеми, а також характеристику структури, можливих видів, завдань, функцій об'єктів і явищ, що досліджуються. У процесі використання в курсовій роботі матеріалів інших авторів необхідно робити посилання на авторів і джерела відповідно до списку використаних джерел. Обсяг першої частини має бути у межах 25 – 30 % від загального обсягу основної частини роботи.

Другий (аналітичний) розділ має розглядати такі питання: місце розташування підприємства та форму власності; організаційну структуру підприємства; характеристику продукції в розрізі асортиментних груп; ринки збуту та обсяги реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); аналіз основних показників господарсько-фінансової діяльності підприємства, існуючого стану об'єкта та предмета дослідження, аналіз практики роботи підприємств та організацій із зазначенням методів дослідження (математичні, графічні, теорії ймовірності, теорії ігор, економетрії, імітаційного моделювання та ін.). Аналіз необхідно проводити на підставі самостійно зібраних здобувачем даних:

- статистичних (дані Державної служби статистики України, довідники, дані місцевого управління статистики, відкритої аналітики Euromonitor та Deloitte та ін.);
- первинних (прейскурант цін, договір, рахунок-фактура, накладна, чек, цінник та ін.);
- звітних (Звіт про фінансові результати Форма №2, Звіти з продажу, Оборотно-відомості, звіти підприємств про фінансово-господарську діяльність та ін.).

Доцільно аналітичні розробки ілюструвати діаграмами, графіками, схемами.

Обсяг другого розділу має бути у межах 35 – 40 % від загального обсягу основної частини роботи.

Третій (проектний) розділ (2 – 3 питання) повинен включати перелік практичних заходів, націлених на вдосконалення діяльності об'єкта дослідження, напрями для підвищення ефективності його діяльності, обґрунтування шляхів вирішення наявних проблем. Здобувач має обґрунтувати свої пропозиції за допомогою розрахунків – показати планове (прогнозне) збільшення обсягів продажу, прибутку, підвищення рентабельності бізнесу, ефективності окремих напрямів чи бізнес-одиниць. Враховуючи те, що торговельна галузь України у 2026 році постає як високотехнологічний, гнучкий та соціально відповідальний сектор економіки, зміна парадигми від «продажу товарів» до «управління досвідом» вимагає від майбутніх бакалаврів торгівлі глибоких знань у сфері діджиталізації, логістики та етичного менеджменту. Акцентувати увагу на адаптивності торговельних моделей до кризових ситуацій, що є критично важливим для українського контексту. Розглядати технології не як самоціль, а як інструмент підвищення операційної ефективності та задоволеності клієнта.

Даний розділ має містити самостійні конкретні розробки здобувача.

Обсяг третього розділу має бути у межах 25 – 30 % від загального обсягу основної частини роботи.

У висновках необхідно узагальнити результати дослідження, охарактеризувати практичні рекомендації, виходячи зі змісту роботи. Висновки мають бути стислими та відображати результати виконаних завдань курсової роботи, акцентувати увагу на найбільш важливих результатах та практичних пропозиціях. Текст висновків за своїм логічним змістом повинен поділятися на пункти.

Список використаних джерел

Під час виконання курсової роботи слід звернути увагу на належне оформлення списку використаної літератури. Складання списку використаних джерел є важливим обов'язковим елементом наукової

роботи. Він певною мірою є вираженням наукової етики та культури наукової праці.

Список використаних джерел відображає роботу автора зі збору та аналізу літератури, дозволяє зробити висновок про ступінь фундаментальності проведеного дослідження і охоплює документи, використані під час написання наукової роботи. Будь-яка курсова робота супроводжується списком літератури, складати який необхідно за певними правилами. Перелік джерел, на які є посилання в основній частині роботи, наводять у кінці тексту роботи, починаючи з нової сторінки. У відповідних місцях тексту мають бути посилання.

Перелік використаних джерел (бібліографічний опис документів) здійснюється згідно зі стандартами, які прийняті в Україні, зокрема:

1. Міждержавний «ДСТУ 7.1:2006. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

Режим доступу: <http://zounb.zp.ua/resource/GOST/index.html>.

Він є базовим для системи стандартів, правил та методичних посібників зі складання бібліографічного опису.

2. ДСТУ 3582:2013. Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень в українській мові. Загальні вимоги та правила. (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). На заміну ДСТУ 3582-97.

3. Під час оформлення бібліографічних посилань слід дотримуватись «ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання», що вступив в дію 01.07.2016.

Додатки

За необхідності до додатків може бути включений допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття роботи:

- додаткові ілюстрації або таблиці;
- зразки поточної документації та звітності;
- матеріали, які через великий обсяг, не можуть бути внесені до основної частини.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ КУРСОВИХ РОБІТ

Курсова робота виконується і оформлюється здобувачем згідно з вимогами цих методичних вказівок. Джерелами інформації для написання курсової роботи є науково-методичні матеріали, законодавча та нормативна бази, статистичні та поточні дані підприємств і організацій, за матеріалами яких виконується робота, відкрита аналітика Euromonitor та Deloitte.

Курсова робота має бути літературно, грамотно, технічно правильно та акуратно оформлена. Заголовки в змісті повинні співпадати з заголовками в тексті. В додатках містяться складні та громіздкі таблиці, розрахунки, які органічно не вписуються в текст, а також інші допоміжні матеріали. В тексті мають бути відповідні пояснення та посилання на наявність таких матеріалів в додатках.

На всі таблиці та рисунки в тексті мають бути посилання. Таблиці та рисунки повинні мати свою нумерацію в межах розділів та назву (виходячи із наведених в таблиці даних).

Наприклад,

Таблиця 1.1.

Порівняльні статистичні показники розвитку різних сегментів e-commerce в Україні за перше півріччя 2025 року

Сегмент торгівлі (e-commerce)	Зростання виручки (у гривні, %)	Зростання кількості покупок (%)	Зміна середнього чека (у гривні, %)
Продукти харчування та алкоголь	+45%	+36%	+6%
Фармацевтика та охорона здоров'я	+23%	+18%	+5%
Ювелірні вироби	+49%	+18%	+25%
Побутова техніка та електроніка	+15%	+12%	+3%

Назва рисунка повинна міститися після рисунка, наприклад:

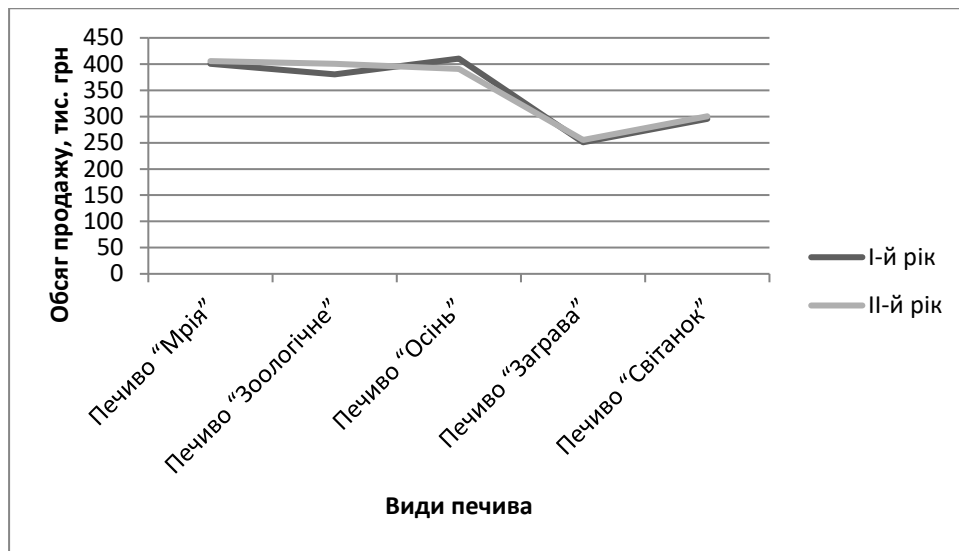


Рис. 1.1. Графік обсягу продажу печива підприємством у 2024 – 2025 рр.

Рисунки мають бути обов'язковим доповненням даних, які проаналізовані в таблиці.

В назві таблиці, графіка, діаграми повинен бути відображений основний зміст ілюстрованого матеріалу. Правильна побудова статистичних таблиць є важливим чинником успішного опрацювання і аналізу статистичних таблиць.

У процесі складання статистичних таблиць слід дотримуватися таких основних правил їх побудови та оформлення:

1. Таблиця має бути компактною і містити лише ту інформацію, яка безпосередньо характеризує об'єкт дослідження.

2. Назва таблиці, заголовки рядків і граф мають бути стислими, чіткими і лаконічними. У назві таблиці вказується об'єкт, його часова та географічна ознаки. Крім загальноприйнятих скорочень одиниць вимірювання (т, шт., грн тощо), скорочення слів у заголовках не допускається; іноді для них виділяється окрема графа. Якщо назви окремих граф (рядків) повторюються, мають однакові терміни або однаковий зміст, то їх доцільно об'єднати спільним заголовком.

3. Для забезпечення можливості порівняння статистичних даних, які характеризують розвиток явищ за визначені періоди часу або за станом на

якийсь момент часу, макет статистичної таблиці має бути узгоджений з існуючими таблицями.

4. У таблиці обов'язково слід вказати одиниці вимірювання показників. Якщо одиниця вимірювання однакова для всіх показників таблиці, то вона вказується у загальній назві таблиці або над верхнім правим кутом таблиці; якщо одиниці вимірювання різноманітні, то їх назви вказують в заголовках рядків або граф таблиці, а інколи в окремо наведеній спеціальній графі.

5. Рядки в *підметі* і графи в *присудку*, як правило, нумерують: графу з назвою підмета позначають літерою алфавіту, інші – номерами. Це доцільно для роботи у великих за змістом таблицях або у випадках наведення методики розрахунку показників з посиланням на номери граф і рядків таблиці.

6. Для зручності читання та роботи числа в статистичній таблиці необхідно ставити в середині граф, безпосередньо одне під одним: одиниці під одиницями, кома під комою.

7. Точно дотримуватись таких умовних позначень щодо відсутності даних у таблиці відповідно до причин:

- якщо клітинка таблиці не може бути заповнена, ставиться знак – «х»;
- коли відомості про явище відсутні, ставиться три крапки – «...»;
- відсутність самого явища позначається тире « – »;
- дуже малі числа записуються (0,0) або (0,00).

8. Кількісні показники в межах однієї графи повинні наводитися з однаковою точністю, тобто до 0,1, до 0,01, до 0,001.

9. Таблиці повинні бути замкненими, тобто з підсумковими результатами. Виняток становлять аналітичні таблиці, в яких підсумків може не бути.

10. Інформація, що міститься в рядках (графах) таблиці, передусім групової чи комбінаційної, узагальнюється підсумковим рядком «Разом» або «У цілому за сукупністю», який завершує статистичну таблицю; якщо

підсумковий рядок розміщується першим, то деталізація його подається за допомогою словосполучень «у тому числі» або «з них».

11. Якщо потрібна додаткова інформація, певні уточнення цифрових даних, то до таблиці додається примітка.

Робота має бути старанно відредагована та написана без виправлень. Всі сторінки слід пронумерувати. Порядковий номер сторінки ставиться в правому верхньому куті. Нумерація сторінок розпочинається з титульного аркуша і закінчується списком використаної літератури. На останній сторінці роботи здобувач ставить свій підпис та дату закінчення роботи. Курсова робота, яка оформлена з порушенням зазначених вимог, не рецензується незалежно від її змісту.

Завершена робота подається на кафедру та захищається у встановлений термін, передбачений графіком виконання курсових робіт. Невчасно подана на перевірку курсова робота вважається академічною заборгованістю.

Якщо курсова робота не відповідає завданню або виконана не за методичними вказівками, то таку роботу керівник до захисту не допускає. Керівник зобов'язаний у встановлений термін перевірити курсову роботу.

Якщо курсова робота має серйозні недоліки, то вона повертається здобувачеві для повної або часткової переробки.

Захист курсової роботи відбувається перед комісією, яка складається з двох викладачів кафедри, до початку або в період заліково-екзаменаційної сесії (для здобувачів заочної форми навчання). У процесі захисту курсової роботи здобувач коротко повідомляє основні положення і результати роботи, дає пояснення по суті зауважень, відповідає на запитання членів комісії.

Під час вирішення питання про оцінку курсової роботи після її захисту береться до уваги, окрім виконаної роботи, вміння здобувача пов'язувати теоретичні знання з практикою, логічно мислити, змістовно відповідати на поставлене запитання. Диференційована оцінка з курсової роботи виставляється у залікову книжку. У випадку неповного або невчасного виконання курсової роботи здобувачем, йому у відомості записується

«незадовільно». Якщо здобувач після перевірки курсової роботи був допущений керівником до захисту, але не з'явився на захист, то під час закриття відомості проти прізвища такого здобувача викладач робить запис «не з'явився». Рішення про академічну заборгованість у такому випадку приймає декан.

ЗАХИСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Здобувач має виконати курсову роботу і подати її на кафедру в термін, передбачений графіком навчального процесу.

Виконана курсова робота спочатку реєструється на кафедрі та передається викладачу-керівнику на перевірку. Викладач ретельно перевіряє роботу та у разі відповідності курсової роботи всім вимогам допускає здобувача до її захисту. Якщо робота не відповідає темі, завданню та вимогам до курсової роботи, викладач повертає роботу з позначкою «на доопрацювання».

У цьому випадку викладач не допускає здобувача до захисту та встановлює строки усунення недоліків. Тільки після доопрацювання з урахуванням зауважень викладач допускає роботу до захисту.

Захист курсової роботи проводиться комісією у складі керівника та одного-двох викладачів у терміни, передбачені розпорядженням по кафедрі.

Під час захисту курсової роботи здобувач має продемонструвати глибокі знання досліджуваної теми, вміти чітко викладати власні думки, використовувати ілюстративний матеріал, аргументовано відповідати на запитання.

Оцінювання курсової роботи здійснюється за національною шкалою – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» та за шкалою ECTS.

У випадку, якщо здобувач не захистив курсову роботу, він вважається не атестованим з даної дисципліни і не допускається до іспиту.

Захищені курсові роботи передаються на кафедру, де вони зберігаються згідно з вимогами до такого виду документів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Підручники:

1. Організація торгівлі : підручник ; 2-ге видання., перероб. та доп. / В.В. Аполій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький та ін. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 632 с.
2. Торговельна логістика : підручник / П.Ю. Балабан, Н.М. Тягунова, В.І. Місюкевич В.І. та ін. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 148 с.
3. Голошубова Н.О. Організація торгівлі : підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Київ : Київ. нац. торг.-економ. Ун-т. 2018. – 680 с.
4. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / [Мельник Л. Г. та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Сотник, д-ра екон. наук, проф. Л. М. Таранюка. – Суми : Університетська книга, 2018. – 572 с.
5. Маркетингова цінова політика : підручник / В.Л. Корінев, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. – Київ : Центр навчальної і практичної літератури, 2019. – 200 с.
6. Маркетингові дослідження : підручник / Н.С. Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2018. – 460 с.
7. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Липчук, Л.В. Погребняк. – Львів : «Магнолія 2006». 2021. – 352 с.

Навчальні посібники:

1. Балджи М.Д. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник / М.Д. Балджи, І.А. Допіра, В.О. Однолько. – Київ : Кондор-видавництво, 2017. – 368 с
2. В'юненко О. Б. Електронна комерція : навч. посіб. – Суми : СНАУ, 2017. – 260 с.
3. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посібник. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 216 с.

4. Економіка та організація підприємницької діяльності : навч. посіб. / [Н. В. Сментина та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук Н. В. Сментини. – Київ : Гуляєва В. М., 2019. – 320 с.
5. Козловський В.О. Виробниче та комерційне підприємництво : навч. посіб. / В.О. Козловський, О.Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 153 с.
6. Підприємництво в сучасних умовах розвитку України : наук.-практ. посіб. Д. А. Антонюк [та ін.] ; Запоріз. нац. ун-т. – Запоріжжя : ЗНУ, 2018. – 409 с.
7. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок : навч. посібник / Є. Крикавський, О. Похильченко, М. Фертч. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2017. – 844 с.
8. Тюрина Н.М. Логістика : навч. посіб. / Н.М. Тюрина, І.В. Гой, І.В. Бабій. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 392 с.
9. Економіка підприємства : навч. посіб. / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л.О. Болтянська. – Мелітополь : Люкс, 2020. – 272 с.
10. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. – Київ : Центр навчальної і практичної літератури, 2019. – 612 с.

Конспекти лекцій:

1. Болтянська Л.О. Економіка та організація торгівлі : курс лекцій / Л.О. Болтянська, Ю.О. Прус, М.А. Терещенко. – Мелітополь : Люкс, 2021. – 162 с.
2. Організація торгівлі : методичні вказівки до виконання практичних робіт / уклад. Л.М. Алавердян. – Київ : КНУБА, 2025. – 68 с.

Інформаційні ресурси:

1. Господарський кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. № 436-15. Редакція від 16.10.2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15> – Назва з екрана.
2. Закон України «Про захист споживчого ринку України», № 1255-XII від 25.06.1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1255-12#Text>

3. Закон України «Про споживчу кооперацію», № 2265-XII від 10.04.1992 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12#Text>
4. Закон України «Про захист прав споживачів», № 26/95-ВР від 25.01.95 р.
5. Закон України «Про використання реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг», № 265/95-ВР від 06.07.1995 р.
6. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, 833-2006-п, від 13.03.2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text>
7. Закон України «Про електронну комерцію», № 675-VIII. (з останніми змінами) від 03.09.2015. Редакція: 01.01.2024, Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> – Назва з екрана.
8. Правила роздрібної торгівлі (оновлені редакції нормативних актів 2023-2024 рр.) Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/144-2025-%D0%BF#n11> – Назва з екрана.
9. Deloitte. 2024 Retail Outlook: Future of Retail Trends. URL: <https://www.deloitte.com/nl/en/Industries/retail/perspectives/retail-trends.html>

Інтернет-ресурси:

1. <http://www.zakon.rada.gov.ua> (Верховна Рада України).
2. <http://www.ukrstat.gov.ua> (Держомстат України).
3. <http://www.business.ua> (газета «Бізнес»).
4. <https://allretail.ua> (журнал «All Retail»).
5. <http://trademaster.ua> (Портал оптової та роздрібної торгівлі).
6. <http://www.library.knuba.edu.ua> (Бібліотека КНУБА).

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
Будівельно-технологічний факультет

Кафедра _____

Дисципліна _____

Спеціальність _____

Курс _____ Група _____ Семестр _____

Завдання
на курсову роботу здобувача

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи

2. Строк здачі здобувачем закінченої роботи

3. План _____

4. Дата видачі завдання _____

Здобувач (ка) _____
(підпис)

Керівник _____
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

" ____ " _____ 20 ____ р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Організація торгівлі»

на тему _____

Роботу виконано за матеріалами _____

(назва підприємства (організації))

Виконав (ла):

Здобувач (ка) _____ курсу _____ групи

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

Керівник:

(науковий ступінь, посада, прізвище та ініціали керівника)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS

Члени комісії:

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Київ 20_____

**Орієнтовний план курсової роботи за темою «Організація
прогнозування попиту в ритейлі за допомогою
предиктивної аналітики та ШІ»**

ЗМІСТ

ВСТУП

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОГНОЗУВАННЯ
ПОПИТУ В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ**

- 1.1. Економічна сутність та види споживчого попиту в ритейлі.
- 1.2. Еволюція методів прогнозування: від традиційних статистичних моделей до предиктивної аналітики.
- 1.3. Технологічний інструментарій ШІ у прогнозуванні: машинне навчання, нейронні мережі та Deep Learning.

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ
ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

- 2.1. Трансформація споживчої поведінки та динаміка ритейл-ринку в 2024–2025 роках.
- 2.2. Оцінка ефективності існуючих систем управління запасами на торговельних підприємствах.
- 2.3. Досвід впровадження інноваційних рішень великими ритейлерами: кейси та перешкоди.

**РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ШЛЯХОМ
ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ ПРОГНОЗУВАННЯ НА ОСНОВІ ШІ**

- 3.1. Алгоритм організації системи предиктивного прогнозування: етапи збору, очищення та інтеграції даних.
- 3.2. Обґрунтування економічної ефективності використання ШІ-прогнозів.
- 3.3. Управління ризиками та етичні аспекти застосування алгоритмічних систем у торгівлі.

ВИСНОВКИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Навчально-методичне видання

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Методичні вказівки
до виконання курсових робіт
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D7 «Торгівля»

Укладач **Алавердян** Людмила Миколаївна

Випусковий редактор *Л. С. Тавлуй*
Комп'ютерне верстання *К. А. Мавроді*

Підписано до друку 15.06.2026. Формат 60 x 84^{1/16}
Ум. друк. арк. 1,39. Обл.-вид. арк. 1,5.
Електронний документ. Вид. № 29/III-26

Видавець і виготовлювач:
Київський національний університет будівництва і архітектури
Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002