

до наказу від \_\_\_\_\_ 2021 р. № \_\_\_\_\_

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра \_\_\_\_\_ маркетингу та міжнародної торгівлі \_\_\_\_\_

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Декан факультету (директор ННІ)  
\_\_\_\_\_ (Остапчук А.Д.)

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**“СХВАЛЕНО”**

на засіданні кафедри маркетингу та  
міжнародної торгівлі  
Протокол №12 від “20” травня 2021 р.  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ (Буряк Р.І.)

**”РОЗГЛЯНУТО ”**

Гарант ОП \_\_\_\_\_ «Маркетинг» \_\_\_\_\_

Гарант ОП  
\_\_\_\_\_ (Буряк Р.І.)

***РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ***

\_\_\_\_\_ Комерційна діяльність посередницьких підприємств \_\_\_\_\_  
(назва навчальної дисципліни)

спеціальність \_\_\_\_\_ 075 Маркетинг \_\_\_\_\_

освітня програма \_\_\_\_\_ Маркетинг \_\_\_\_\_

Факультет (ННІ) \_\_\_\_\_ аграрного менеджменту \_\_\_\_\_

Розробники: \_\_\_\_\_ к.е.н., доцент Рябчик А.В. \_\_\_\_\_  
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

## 1. Опис навчальної дисципліни

\_\_\_\_\_ Комерційна діяльність посередницьких підприємств \_\_\_\_\_  
(назва)

<b>Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь</b>		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	_____ 075 «Маркетинг» _____ (шифр і назва)	
Освітня програма	_____ Маркетинг _____ (назва)	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) <small>(якщо є в робочому навчальному плані)</small>	_____ - _____ (назва)	
Форма контролю	Іспит	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання</b>		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	_____ 1 _____	_____ 1 _____
Семестр	_____ 1 _____	_____ 2 _____
Лекційні заняття	15 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год.
Лабораторні заняття	0 год.	0 год.
Самостійна робота	75 год.	108 год.
Індивідуальні завдання	_____ год.	_____ год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	_____ 3 _____ год. _____ 5 _____ год.	

## 2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

*Мета дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств»:* усестороннє поглиблення знань, оволодіння теоретичними знаннями та практичними навиками в сфері сучасного товарного обігу з метою ефективного її функціонування; формування актуальних поглядів на можливості управління комерційною діяльністю посередницьких підприємств для переходу до сучасних

технологій, стратегій, тактики закупівлі та продажу товарів; використання та застосування сучасних форм, методів здійснення комерційних операцій для ефективного ведення комерційної діяльності посередницьких підприємств.

*Завдання дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств»* полягають в отриманні магістрантами знань щодо виявлення закономірностей і тенденцій розвитку сучасної торгової справи в складних умовах сучасної ринкової економіки з тим, щоб творчо використовувати ці закономірності і тенденції для ефективного здійснення торгових процесів у сфері товарного обігу; формування та здійснення комплексного підходу до ефективної організації комерційної діяльності посередницьких підприємств; визначення та аналізу мети, завдань і практики комерційної діяльності посередницьких підприємств з точки зору держави, галузей виробництва, підприємств та споживачів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- основи комерційної діяльності посередницьких підприємств;
- комерційні процеси, які здійснюються у торгівлі, їх особливості;
- особливості, основні форми та методи оптової та роздрібно торгівлі;
- види договорів та угод, які укладаються в процесі комерційної роботи;
- систему показників аналізу ефективності комерційної діяльності посередницьких підприємств;
- методичку планування товарних запасів та управління ними;
- основні види комерційних ризиків та їх вплив на комерційну діяльність посередницьких підприємств;
- основну законодавчу та нормативну базу, що регламентує комерційну діяльність посередницьких підприємств;

**вміти:**

- раціонально організовувати комерційні процеси у торгівлі;
- ефективно вести комерційну діяльність, здійснювати комерційні операції і торгові процеси у сфері товарного обігу;
- організувати та впровадити найбільш ефективні форми та методи оптового та роздрібного продажу товарів, засоби стимулювання;
- ефективно формувати товарні запаси та управляти ними;
- застосовувати у практичній діяльності показники оцінки ефективності комерційних угод та комерційної діяльності;
- здійснювати контроль і оцінку комерційної діяльності підприємств;
- вдало здійснювати внутрішнє планування комерційної діяльності;
- використовувати законодавчу та нормативну базу, яка регламентує комерційну діяльність посередницьких підприємств.

Набуття компетентностей:

**загальні компетентності (ЗК):**

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

**фахові (спеціальні) компетентності (ФК):**

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

### **3. Програма та структура навчальної дисципліни для:**

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

#### **Змістовий модуль 1. Концепція та основи комерційної діяльності посередницьких підприємств**

##### **Тема лекційного заняття 1. Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств**

Комерція. Сутність комерційної діяльності. Комерційна робота в торгівлі. Розвиток комерційної діяльності. Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності. Характер та зміст процесів, що здійснюються в торгівлі. Види основних комерційних процесів. Цілі комерційної діяльності. Предмет, зміст і завдання комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Сутність, функції і класифікація торговельних підприємств. Зміст і основні принципи господарської діяльності торговельних підприємств.

Особисті та професійні вимоги до комерційного працівника. Етичний кодекс підприємця-комерсанта. Етикет підприємця-комерсанта.

##### **Тема лекційного заняття 2. Організація господарських зв'язків у торгівлі та форми, методи комерційних розрахунків**

Сутність і порядок регулювання господарських зв'язків у торгівлі. Система господарських зв'язків у торгівлі. Загальні положення договору купівлі-продажу. Договір роздрібною купівлі-продажу. Договір на постачання товарів. Зміст та основні умови договору постачання. Державний контракт на постачання товарів для державних потреб. Договір контрактації. Прямі договірні зв'язки торгових підприємств з виробниками товарів. Запит. Оферта. Рекламація.

Готівкова форма розрахунків. Безготівкова форма розрахунків. Види безготівкових розрахунків. Розрахунки платіжними дорученнями. Акредитивна форма розрахунків. Розрахунки чеками. Розрахунки в порядку планових платежів. Порядок відкриття рахунків у банку. Розрахунки в іноземній валюті.

##### **Тема лекційного заняття 3. Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності торг. підприємств**

Структура комерційних служб підприємств. Обов'язки, функції та завдання працівників комерційних служб. Основні принципи роботи при роботі з постачальниками. Функції та робота окремих підрозділів комерційних служб підприємства. Робота оперативних комерційних груп.

Основні фінансові документи комерційної діяльності торговельного підприємства. Види та джерела формування прибутків торговельного підприємства. Призначення та сутність прибутку від реалізації товарів. Види та

структура витрат торговельного підприємства. Система показників аналізу ефективності та основні розрахунки комерційної діяльності торгового підприємства.

#### **Тема лекційного заняття 4. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів**

Сутність, роль і зміст закупівельної роботи. Вивчення і пошук комерційних партнерів при закупівлі товарів. Класифікація постачальників. Контроль та облік надходження товарів від постачальника.

Товарний запас. Товарні запаси торговельного підприємства, їх призначення та класифікація. Стадії формування товарних запасів у сфері обігу. Величина та рівень товарних запасів підприємства. Управління товарними запасами. Основні показники використання, обліку та планування товарних запасів. Методи обліку товарних запасів на торговельному підприємстві: інвентаризація; зняття залишків (оперативний облік); балансовий метод. Оптимізація товарних запасів на складі оптового підприємства.

### **Змістовий модуль 2. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств в сучасних умовах розвитку**

#### **Тема лекційного заняття 1. Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції**

Зміст комерційної роботи з оптового продажу товарів. Організація і технологія оптового продажу товарів. Пошук оптових покупців товарів. Організація господарських зв'язків, укладання договорів. Значення оптової реалізації товарів. Основні операції з оптового продажу товарів.

Форми оптового продажу товарів: транзитний продаж та продаж товарів зі складів. Методи оптового продажу товарів: за особистим відбором товарів покупцями; за письмовими, телефонними заявками; через роз'їзних товарознавців; через авто склади; поштовими посилками. Організація надання послуг оптовими підприємствами клієнтам. Класифікація послуг.

Необхідність засобів сприяння для ефективного продажу. Планування роботи щодо забезпечення продажу товарів засобами сприяння.

#### **Тема лекційного заняття 2. Комерційна робота з роздрібною продажу товарів**

Роздрібна торгівля, її зміст та значення. Етапи комерційної роботи з роздрібною продажу товарів. Торгове обслуговування населення, післяпродажне обслуговування. Формування оптимального асортименту товарів у магазині.

Основні методи продажу товарів у роздрібній торгівлі: самообслуговування; обслуговування через прилавок; продаж за зразками; продаж з відкритим викладенням і вільним доступом покупців до товарів; продаж за попередніми замовленнями. Торгівля поштою.

Організація надання торгових послуг покупцям. Система послуг у роздрібній торгівлі як спосіб стимулювання продажів товарів. Основні та додаткові послуги. Способи та методи стимулювання збуту товарів. Реклама на місці продажу товарів: призначення та основні її види. Вплив роздрібною продажу на підвищення культури торгівлі. Оцінка рівня культури торгового обслуговування покупців при роздрібному продажі товарів.

### **Тема лекційного заняття 3. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)**

Роль ярмарок, виставок у підвищенні ефективності комерційної діяльності. Типи торговельних ярмарок, виставок. Порядок їх проведення. Контроль ефективності участі в ярмарках, виставках. Використання оптових ринків для закупівлі, продажу товарів. Учасники торгів на оптових ринках. Вибір їх форми. Ділові взаємовідносини оптових продавців, покупців та адміністрації ринку.

Біржа, як одна з форм організації оптового ринку. Правила біржової торгівлі. Види біржових угод. Доцільність ф'ючерсних угод в умовах ринку. Комерційна робота брокера. Документальне оформлення комерційних операцій брокера з клієнтом.

Види аукціонів. Порядок організації торгівлі на аукціонах. Методи їх проведення. Особливості оформлення операцій із закупівлі /продажу/ товарів на аукціонах. Доцільність тендерної торгівлі в умовах ринку. Види торгів. Підготовка та їх оголошення. Подання пропозицій учасниками. Порядок вибору переможця торгів.

### **Тема лекційного заняття 4. Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці**

Суть лізингу, його форми, типи, види. Завдання лізингових асоціацій. Внутрішній та міжнародний лізинг. Лізингові операції. Порядок укладання і виконання договору лізингу. Економічні основи лізингу.

Факторинг. Сутність факторингу. Факторингові послуги. Організація та здійснення факторинг-операцій. Факторинг-фірми, їх значення та завдання.

Сутність франчайзингу та історія його розвитку. Мета франчайзингу. Основні види франчайзингу та їх характеристика. Франшиза. Економічні основи розвитку франчайзингу. Джерела прибутків та витрат франчайзера.

Особливості комерційної роботи при здійсненні експортно-імпортних операцій. Міжнародна комерційна операція. Суть та види міжнародних торгово-посередницьких операцій. Організація зовнішньоторговельних операцій. Організація експортно-імпортних операцій. Міжнародний контракт купівлі-продажу товарів: структура, зміст, основні умови та обґрунтування.

Назви змістових модулів і 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
<b>Змістовий модуль 1. Концепція та основи комерційної діяльності посередницьких підприємств</b>												
Тема 1. Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств	15	2	4			9	15	2	-	-		13
Тема 2. Організація господарських зв'язків у торгівлі та форми, методи комерційних розрахунків	15	2	4			9	15	2	2	-		11
Тема 3. Організація роботи комерц служб та показники аналізу ефективності комерц. діяльності торговельних підприємств	15	2	2			11	15	-	-	-		15
Тема 4. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів	15	2	4			9	15	-	2			13
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>60</i>	<i>8</i>	<i>14</i>			<i>38</i>	<i>60</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>-</i>		<i>52</i>
<b>Змістовий модуль 2. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств в сучасних умовах розвитку</b>												
Тема 1. Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції	15	2	4			-	9	15	-	2	-	13
Тема 2. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів	15	2	4			-	9	15	2	2	-	11
Тема 3. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)	15	2	4				9	15	-	-	-	15
Тема 4. Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці	15	1	4				10	15	-	-	-	15
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>60</i>	<i>7</i>	<i>16</i>				<i>37</i>	<i>60</i>	<i>2</i>	<i>4</i>	<i>-</i>	<i>54</i>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>75</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>-</b>		<b>106</b>

#### 4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

## 5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств	4
2	Організація господарських зв'язків у торгівлі та форми, методи комерційних розрахунків	4/2
3	Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств	2
4	Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів	4/2
5	Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції	4/2
6	Комерційна робота з роздрібного продажу товарів	4/2
7	Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)	4
8	Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці	4

## 6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

## 7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

### ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ ПИТАНЬ

з дисципліни: "Комерційна діяльність посередницьких підприємств"

1. Поняття і суть комерційної діяльності.
2. Роль і задачі розвитку комерційної діяльності на сучасному етапі.
3. Торгові комерційні структури, їхні види, функції, організаційна побудова.

4. Система показників аналізу ефективності комерційної діяльності торгового підприємства.
5. Особистісні і професійні вимоги до комерційного працівника.
6. Етикет підприємця-комерсанта.
7. Ділові переговори комерційного працівника з партнерами і їхній аналіз.
8. Види комерційних листів у діловому листуванні.
9. Поняття комерційної інформації і комерційної таємниці.
10. Забезпечення захисту комерційної таємниці.
11. Роль товарних знаків у комерційній роботі.
12. Сутність і порядок регулювання господарських зв'язків у торгівлі.
13. Порядок укладання і розірвання договору постачання.
14. Зміст договору постачання.
15. Прямі договірні зв'язки торгових підприємств із виробниками товарів і їх ефективність.
16. Заявки і замовлення на товари.
17. Сутність, роль і зміст закупівельної роботи.
18. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів.
19. Закупівля товарів на оптових ярмарках і оптових ринках.
20. Контроль і облік надходження товарів від постачальників.
21. Сутність, роль і зміст комерційної роботи з продажу товарів.
22. Організація і технологія оптового продажу товарів.
23. Комерційна робота з продажу товарів на роздрібних торгових підприємствах.
24. Сутність, роль і розвиток біржової торгівлі.
25. Порядок організації товарної біржі. Органи управління.
26. Організація торгових операцій на біржі.
27. Сутність і організаційні форми аукціонів.
28. Порядок проведення аукціону.
29. Поняття асортименту і торгової номенклатури товарів.
30. Порядок формування і регулювання асортименту товарів на оптових торгових підприємствах.
31. Основні фактори формування торгового асортименту на підприємствах роздрібною торгівлі.
32. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту в магазинах.
33. Планування асортименту товарів у магазинах.
34. Роль товарних запасів у забезпеченні стійкості товарного асортименту.
35. Управління товарними запасами на складах оптових торгових підприємств і в магазинах.
36. Роль сучасної теорії і практики маркетингу в комерційній діяльності.
37. Маркетингові рішення роздрібних торгових підприємств.
38. Маркетингові рішення оптових торгових підприємств.
39. Поняття і роль реклами на товарному ринку.
40. Рекламний бізнес за кордоном.
41. Організація роботи рекламно-інформаційних агентств.
42. Складання рекламних програм і укладання договорів між учасниками

- рекламного процесу.
43. Рекламні засоби і їх застосування в роздрібній і оптовій торгівлі.
  44. Сутність експортно-імпортних операцій.
  45. Організація експортно-імпортних операцій.
  46. Поняття митниці і її функції.
  47. Організація митної справи в Україні.
  48. Порядок митного оформлення і контролю вантажів.
  49. Сутність лізингу, його види і порядок висновку лізингового контракту.
  50. Поняття факторингу і сфера його застосування.

## ПАКЕТИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
<b>ОС «Магістр» спеціальність 075 «Маркетинг»</b>	<b>Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2021-2022 навч. рік</b>	<b>ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1</b> з дисципліни <b>«Комерційна діяльність посередницьких підприємств»</b>	<b>Затверджую</b> Зав. кафедри  _____ (підпис) <b>Буряк Р.І. (ПІБ)</b> _____ 20__ р.

1. Особистісні і професійні вимоги до комерційного працівника.
2. Завдання: Складська площа для збереження товару становить  $S_{\text{осн}} = 800\text{ м}^2$ ; питома навантаження на  $1\text{ м}^2$  площі складу  $q = 1,2\text{ т/м}^2$ ; коефіцієнт використання площі складу  $K_s = 0,75$ ; середньоденний вантажообіг складу ( $BC_c$ ) – 24 т. Розрахувати розмір оптимального товарного запасу на складі.
3. Тестові завдання:

**1. Встановіть послідовність етапів формування асортименту товарів на складах оптових підприємств:**

1	А. Встановлення кількості реалізованих різновидів товарів по кожному найменуванню
2	Б. Розробка конкретного асортиментного переліку товару
3	В. Встановлення переліку основних груп і підгруп реалізованих товарів
4	Г. Розподіл окремих груп і підгруп товарів між споживчими комплексами і мікрокомплексами постійного і сезонного характеру

**2. Як називається метод обліку товарних запасів, який передбачає суцільний перелік всього асортименту товарів шляхом переваження та перемірювання)**

*(у бланку відповідей впишіть одним словом назву метода обліку товарних запасів)*

**3. Яке слово пропущене у реченні (визначенні).**

... .. торгового підприємства – це маса товарів, призначена для подальшого продажу підприємствам оптової торгівлі чи	<i>(у бланку відповідей подати двома словами)</i>
--	---

підприємствам роздрібною торгівлі.	
------------------------------------	--

**4. Встановити відповідність між сутністю, особливостями організаційно-правових форм господарювання юридичних осіб:**

1. Державне і муніципальне унітарне підприємство	А. Добровільне об'єднання громадян на основі членства для сумісної виробничої або іншої господарської діяльності; прибуток розподіляється перш за все з урахуванням трудової участі, а не майнового внеску
2. Виробничий кооператив	Б. Комерційна організація, що не наділяє правом власності на закріплене за нею власником майно; майно є неподільним, ні за яких умов не може бути розподілене по внесках, частках, паях, у т.ч. між працівниками підприємства
3. Товариство з обмеженою відповідальністю	В. встановлене одним або декількома особами товариство, статутний капітал якого поділений на частки, визначені засновницькими документами

**5. Комерцію можна розглядати як одну із форм (видів) підприємницької діяльності.**

Так	Ні
-----	----

**6. Сума, на яку підприємство може собі дозволити зменшити виручку від реалізації продукції, не виходячи із зони прибутку – називається:**

1	Точка беззбитковості
2	Запас фінансової міцності
3	Коефіцієнт маржинального прибутку
4	Питомий маржинальний прибуток
5	Точка критичного обсягу продажів

**7. Які фактори впливають на побудову асортименту товарів у роздрібних торговельних підприємствах?**

1	Тип і розмір магазину, його технічна оснащеність
2	Чисельність населення, що обслуговується
3	Умови товаропостачання роздрібною торговельною мережі
4	Наявність мережі магазинів-конкурентів
5	Всі відповіді вірні

**8. До постійних витрат належать:**

1	Амортизаційні відрахування
2	Страховання
3	Матеріальні витрати
4	Податок з майна

**9. Одноразовий платіж, що стягається з постачальника за прострочення постачання або недопостачання товарів у відсотковому вираженні до вартості непоставлених в термін товарів по окремих найменуваннях асортименту називається:**

1	штраф
2	санкція
3	неустойка
4	Відшкодування збитків

**10. За формулою «(прибуток від продажу / витрати обігу) × 100 %» визначається:**

1	Рентабельність підприємства
---	-----------------------------

2	Економічний ефект комерційної діяльності
3	Ефективність одного обороту
4	Рентабельність основних засобів

## 8. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання та різноманітні завдання практичного характеру.

## 9. Форми контролю

Виконання модульних та рубіжних контрольних робіт, індивідуальних робіт, практичних та ситуаційних завдань, тестових завдань, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за поточним та підсумковим контролюми. Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться в усній та письмовій формі. Контрольні завдання за змістовними модулями включають тестові запитання (за тестів).

Контроль самостійної роботи проводиться:

- з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів та опитування;
- з практичних занять – шляхом перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на заліку у письмовій формі. Заліковий білет включає 10 тестів, 1 теоретичне запитання та 1 практичне завдання (задачу).

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна	
	за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	
74-89	Добре	Зараховано
60-73	Задовільно	

<b>0-59</b>	<b>Незадовільно</b>	<b>Не зараховано</b>
-------------	---------------------	----------------------

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$ .

## **11. Методичне забезпечення**

1. Рябчик А.В. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2021.
2. Рябчик А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту напряму підготовки 075 «Маркетинг» ОС «Магістр» (денної та заочної форми навчання) / А. В. Рябчик - К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2015. – 120 с.

## **12. Рекомендована література**

### **Основна**

1. Рябчик А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту напряму підготовки 075 «Маркетинг» ОС «Магістр» (денної та заочної форми навчання) / А. В. Рябчик - К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2015. – 120 с.

### **Допоміжна**

1. Закон України «Про товарну біржу» від 10 грудня 1991 р.// ВВР, 1992, № 10.
2. Апопій В.В. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг: Ситуаційні завдання / В.В. Апопій, І.П. Міщук, Ю.М. Хом'як / Укоопспілка; ЛКА. – Л.: Видавництво ЛКА, 2002. – 164 с.
3. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика. – Навчальний посібник./ Балабанова Л.В., Германчук А.М./ - К.: ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.
4. Берман Б. Роздрібна торгівля: стратегічний підхід / Б. Берман, Дж. Р. Еванс / - [8-е вид.] – М.: видав. Буд. «Вільямс», 2003. – 1184 с.
5. Воробйов Б.З. Основи комерційної діяльності / Воробйов Б.З., Локтєв Е.М., Плетень Ю.І./ - Київ, ВЕУ, 2004. – 388 с.
6. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: навч. посіб. – К.: Грамота, 2006. – 303 с.

7. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчи-янц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 595 с.
8. Економіка і організація діяльності торговельного підприємства. / [під ред.. А.Н. Соломатіна] – М.: ІНФРА-М, 2001. – 295 с.
9. Економіка торговельного підприємства. / [під загальною редакцією Н.М. Ушакової] – К., 2003. – 260 с.
10. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник / Національна академія управління. – К.: НАУ, 2003. – 345 с.
11. Кириченко О.А. Менеджмент ЗЕД: Навч. посібник. – К.: Знання-Прес, 2002. – 384 с.
12. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / [Під ред. В.В. Апопія, Я.А. Гончарука] Підруч. – К.: НМЦ «Укросвіта», 2002. – 458 с.
13. Криковцева Н.О. Комерційна діяльність. / Криковцева Н.О., Казакова О.Б., Саркісян Л.Г., Авдєєнко Л.Л., Дяченко Г.А., Курська Л.С., Сахарова О.Н./ - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
14. Ларіна Я.С., Мочерний С.В., Фомішина В.М., Чеботар С.І. Основи бізнесу: навч. посіб. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 384 с.
15. Маркетинг: Підручник, практикум та навчально-методичний комплекс з маркетингу / [С.І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П. Луцій, М.Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А.В. Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська]. – К.: „Наш час”, 2007. – 504 с.
16. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності: Посіб. / Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І./ - К.: ВЦ «Академія», 2003. – 280 с.
17. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности. Учебник для вузов / Л.В. Осипова, И.М. Синякова. / – [2-е изд., перераб. и доп.] – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 624 с.
18. Осипова П.В. основы коммерческой деятельности: Практикум: Учеб. пос. для ВУЗов. /Осипова П.В., Синяева И.М./ - М.: 1997. – 217 с.
19. Основи маркетингу: Навчальний посібник / Чеботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. та ін. / – К.: Наш час, 2004. – 240 с.
20. Панкратов Ф.Г. Комерційна справа: Навчальний посібник для вузів /Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т.К./ [Видання 2-е, виправлене] – К.: Інформаційно-видавнича агенція «Вертекс», 2002. – 352 с.
21. Петров В.М. Основи комерційної діяльності: Навч. посібник / Харківський держ. аграрний університет ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2001. – 200 с.
22. Покровская В.В. Международные коммерческие операции и их регламентация. Внешнеторговый практикум. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 156 с.
23. Половцева Ф.П. Комерційна діяльність: Підруч. – М.: ІНФРА-М, 2000. – 360 с.
24. Саниахметова Н.А. Юридический справочник предпринимателя. – 3-е изд., перераб. и доп. – Харьков: ООО «Одиссей», 2001. – 832 с.

25. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: 1998. – 659 с.
26. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності: Навч. посіб. – К.: Каравела, 2005. – 400 с.
27. Jean-Pierre Jeannet, H. David Hennessey. Global Marketing Strategies. Third Edition. Houghton Mifflin Company, 1995, 896 pp.
28. Robert E. Brenson. Agricultures Marketing / Brenson R. E., N. Duglas. – USA : Jowa University Press, 1991. – 426 p.

### **13. Інформаційні ресурси**

1. Закон України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» від 17 липня 1997 р. // [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua)
2. Закон України «Про фінансовий лізинг» від 16 грудня 1997 р. // [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua)
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. // [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua)
4. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій в галузі ЗЕД» від 23 грудня 1998 р. // [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua)
5. Книга. М.Ю. Баскакова - Комерційна діяльність посередницьких підприємств. Конспект лекцій – режим доступу: [http://elkniga.info/book\\_315.html](http://elkniga.info/book_315.html)
6. Комерційне представництво та посередництво: практичні моменти – режим доступу: [http://www.yurincom.com/ua/analytical\\_information/?id=615](http://www.yurincom.com/ua/analytical_information/?id=615)
7. Поняття і суть комерційної діяльності – режим доступу: [http://b-ko.com/book\\_123\\_glava\\_3\\_1.1.\\_Поняття\\_i\\_sutn.html](http://b-ko.com/book_123_glava_3_1.1._Поняття_i_sutn.html)
8. Поняття та ознаки комерційного посередництва - режим доступу: <http://vse-znaniya.com/hozyaystvennoe-pravo/ponyattya-oznaki-komertsiynogo-poserednitstva.html>
9. Організація комерційної діяльності в торгівлі – режим доступу: [http://b-ko.com/book\\_123\\_glava\\_14\\_2.2.\\_Організація\\_k.html](http://b-ko.com/book_123_glava_14_2.2._Організація_k.html)
10. Організація господарських зв'язків з поставок. Порядок і способи укладення договорів поставки – режим доступу: <http://pravouch.com/page/pidprigorapravo/ist/ist-14--idz-ax258--nf-19.html>
11. Комерційний розрахунок – режим доступу: <http://zavantag.com/docs/2326/index-32959.html?page=5>
12. Основні показники аналізу ефективності комерційної діяльності торгового підприємства – режим доступу: <http://www.ukr.docdat.com/text/10058/index-1.html>