

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

„ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету аграрного
менеджменту

_____ А.Д. Остапчук
“_____” _____ 2019 р.

Навчально-методичний комплекс
дисципліни
***“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ”***

для підготовки фахівців спеціальності
075 «Маркетинг» ОС «Магістр»
(денної та заочної форми навчання)

Київ-2019

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету

_____ А.Д. Остапчук

“ _____ ” _____ 2019 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри маркетингу та
міжнародної торгівлі

Протокол № _____ від “ _____ ” _____ 2019 р.

Завідувач кафедри

_____ (Буряк Р.І.)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

_____ Комерційна діяльність посередницьких підприємств _____
(назва навчальної дисципліни)

напрямок підготовки _____
(шифр і назва напрямку підготовки)

спеціальність _____ 075 Маркетинг _____
(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація _____
(назва спеціалізації)

факультет _____ аграрного менеджменту _____
(назва факультету)

Розробник: к.е.н., доцент Рябчик А.В.

Київ – 2019 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Комерційна діяльність посередницьких підприємств

(назва)

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» (шифр і назва)	
Напрямок підготовки		
Спеціальність	075 «Маркетинг» (шифр і назва)	
Освітній ступінь	магістр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	- (назва)	
Форма контролю	Іспит	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	1	1
Семестр	1	2
Лекційні заняття	15 год.	4 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 та завдання 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 роздрібної торгівлі;
- види договорів та угод, які укладаються в процесі комерційної роботи;
- систему показників аналізу ефективності комерційної діяльності посередницьких підприємств;
- методику 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 внутріфірмове планування комерційної діяльності;
- використовувати законодавчу та нормативну базу, яка регламентує комерційну діяльність посередницьких підприємств.

Програма навчальної дисципліни

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 торговельних 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.

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

Тема лекційного заняття 1. 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.

Тема лекційного заняття 2. 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 3. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів

Роздрібна торгівля, її зміст та значення. Етапи комерційної роботи з роздрібного 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 роздрібного продажу на підвищення культури торгівлі. Оцінка рівня культури торгового обслуговування покупців при роздрібному продажі товарів.

Змістовий модуль 3. Організаційні форми комерційної діяльності в умовах ринкової економіки

Тема лекційного заняття 1. 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'ючерських 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 2. 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.

Тема лекційного заняття 3. Комерційна робота посередницьких підприємств при здійсненні зовнішньої торгівлі

Роль посередницьких підприємств в організації комерційної діяльності на зовнішньому ринку. Класифікація торгово-посередницьких підприємств на світовому ринку. Основні принципи та напрямки діяльності транснаціональних корпорацій. Торгово-промислова палата як різновид недержавних некомерційних суспільних організацій, її призначення та завдання.

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.

4. Структура навчальної дисципліни

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
Змістовий модуль 1. Концепція та основи комерційної діяльності посередницьких підприємств												
Тема 1. Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств	12	2	2			8	12	2	-	-		10
Тема 2. Організація господарських зв'язків у торгівлі та форми, методи комерційних розрахунків	14	2	4			8	14	-	2	-		12
Тема 3. Організація роботи комерц служб та показники аналізу ефективності комерц. діяльності торговельних підприємств	14	-	4			10	14	-	2	-		12
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>40</i>	<i>4</i>	<i>10</i>			<i>26</i>	<i>40</i>	<i>2</i>	<i>4</i>	<i>-</i>		<i>34</i>
Змістовий модуль 2. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств в сучасних умовах розвитку												
Тема 1. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів	14	2	4		-	8	14	2	2	-		10
Тема 2. Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції	12	2	2		-	8	12	-	2	-		10
Тема 3. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів	14	2	4			8	14	-	-	-		14
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>40</i>	<i>6</i>	<i>10</i>			<i>24</i>	<i>40</i>	<i>2</i>	<i>4</i>	<i>-</i>		<i>34</i>
Змістовий модуль 3. Організаційні форми ком-ї д-сті в умовах ринкової економіки												
Тема 1. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)	14	2	4	-	-	8	14	-	-	-		14
Тема 2. Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці	14	2	4	-	-	8	14	-	-	-		14
Тема 1. Комерційна робота посеред. підприємств при здійсненні зовн. торгівлі	12	1	2	-	-	9	12	-	-	-		12
<i>Разом за змістовим модулем 3</i>	<i>40</i>	<i>5</i>	<i>10</i>	-	-	<i>25</i>	<i>40</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>		<i>40</i>
Усього годин	120	15	30	-	-	90	120	4	8	-		108

5. Теми семінарських занять

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

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств	2
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	4/2
4	Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів	4/2
5	Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції	2/2
6	Комерційна робота з роздрібного продажу товарів	4
7	Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)	4
8	Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці	4
9	Комерційна робота посередницьких підприємств при здійсненні зовнішньої торгівлі	2

7. Теми лабораторних занять

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

8. Самостійна робота студентів

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств	8/10
2	Організація господарських зв'язків у торгівлі та форми, методи комерційних розрахунків	8/12
3	Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств	10/12
4	Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів	8/10
5	Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції	8/10
6	Комерційна робота з роздрібного продажу товарів	8/14
7	Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)	8/14
8	Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці	8/14
9	Комерційна робота посередницьких підприємств при здійсненні зовнішньої торгівлі	9/12

9. Завдання для самостійної роботи студентів

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. КОНЦЕПЦІЯ ТА ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тема 1. Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Поняття і суть комерційної діяльності.
2. Сутність, функції і класифікація торговельних підприємств.
3. Фактори впливу на ефективність діяльності торговельних підприємств.
4. Кодекс ділової людини та його вплив на ефективність комерційної діяльності підприємства.
5. Особистісні і професійні вимоги до комерційного працівника.
6. Види комерційних листів у діловому листуванні.

Тематика рефератів:

1. Етикет підприємця-комерсанта.
2. Забезпечення захисту комерційної таємниці.
3. Організація управління комерційною діяльністю на підприємстві.
4. Ділові переговори комерційного працівника з партнерами та їх аналіз.

5. Роль сучасної теорії і практики маркетингу в комерційній діяльності.

Практичні завдання:

1. Завдання: Розробити так званий «Кодекс проведення комерційних переговорів», який має містити: 1) правила ведення ділових бесід; 2) правила ділового листування; 3) правила телефонних переговорів.
2. Завдання: Розробити план проведення переговорів між видавничим центром «Академія» (серія Альма-матер) і книготорговельним підприємством ТзОВ «Літера» щодо поставки книжкової продукції.
3. Завдання: Дати характеристику проявлення основних принципів організації комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Принципи	Характеристика проявлення
Науковість	
Творчий характер	
Пріоритет інтересів споживачів	
Паритет інтересів контрагентів	
Законність	
Багатоваріантність	
Динамічність	
Масштабність	

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

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Організація господарських зв'язків комерційних підприємств.
2. Форми господарських зв'язків.
3. Види комерційних угод та їх документальне оформлення.

Тематика рефератів:

- 1) Види комерційних угод суб'єктів товарного ринку та їх документальне оформлення.
- 2) Ділові переговори комерційного працівника з партнерами і їхній аналіз.
- 3) Визначення порядку організації договірної роботи. Резерви підвищення її ефективності.

Практичні завдання:

1. Завдання: З урахуванням досвіду роботи свого підприємства і набутих знань, скласти один із наведених нижче документів:

- а) договір купівлі-продажу товарів (гуртової партії);
- б) договір доручення;
- в) договір комісії;
- г) договір консигнації;
- д) агентський договір;
- е) дилерський договір.

2. Завдання: Розробити агентський договір між ВАТ «Обухівський ЦПК» - виробником паперу, картону та виробів з них (м. Обухів Київської обл.) та ПП

«Сфера» - торговельним підприємством (м. Львів) щодо організації збуту продукції товариства в західних регіонах України.

3. Завдання: Розробити дилерський договір між виробничим підприємством ВАТ «Бібльос» і торговельним підприємством ТОВ «Гермес» на реалізацію поліграфічної та паперово-ділової продукції акціонерного товариства у Житомирській області.

Тема 3. Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Функції та організаційна структура відділу збуту комерційних підприємств.
2. Основні організаційно-правові форми комерційної діяльності суб'єктів товарного ринку.
3. Показники оцінки ефективності діяльності комерційної служби посередницьких підприємств.

Тематика рефератів:

- 1) Методика визначення ефективності управління комерційною діяльністю.
- 2) Система показників оцінки ефективності комерційної угоди.
- 3) Вплив торгівлі і комерції на розвиток ділових стосунків суб'єктів товарного ринку України.

Практичні завдання:

1. Завдання: Розрахуйте точку беззбитковості в одиницях продукції та гривнях для підприємства, яке виробляє та реалізує на внутрішньому ринку продукцію (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Ціна одиниці продукції	500,00 грн.	100,0%
Змінні витрати	300,00 грн.	60,0%
Дохід на одиницю продукції	200,00 грн.	40,0%
Постійні витрати	75000 грн./місяць	

- 1) Використайте метод рівнянь та виведіть формули для обліку точки беззбитковості (в шт., в грн.);
- 2) визначте, який обсяг продаж продукції забезпечить підприємству 65000 грн. прибутку (до податків);
- 3) Зробіть відповідні розрахунки і висновки.

2. Завдання: У плановому 2015 р. торговельна фірма вирішила здійснити додаткові маркетингові заходи і збільшити тим самим обсяг реалізації продукції. На основі прогнозу загального обсягу прибутку в плановому 2015 р. оцініть доцільність зростання фактичного збуту продукції за рахунок приваблення нових споживачів. Розрахувати прибуток у поточному та плановому 2015 р. (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

№ п/п	Показник	Одиниця виміру	Поточний рік	Плановий рік
1	Потенційний збут	Тис. шт.	800	860

2	Фактичний збут	Тис. шт.	650	700
3	Ціна	Грн./шт..	400	400
4	Собівартість без маркетингових витрат	Грн./шт..	340	340
5	Маркетингові витрати на весь обсяг реалізації	Млн. грн.	10,0	10,2
6	Показник проникнення продажів	%		
7	Фактичний обсяг виторгу	Млн. грн.		
8	Витрати фірми без маркетингових витрат	Млн. грн.		
9	Валові витрати на збут і маркетинг	Млн. грн.		
10	Прибуток	Млн. грн.		

3. Завдання: Нижче перераховані функції, які повинні виконуватися у відділі матеріально-технічного постачання торгово-промислової фірми:

- дослідження ринку сировини і матеріалів;
- визначення потреби в матеріальних ресурсах;
- складання плану закупівлі матеріальних ресурсів з використанням вартісного аналізу заготівельної сфери;
- вибір постачальників, коли це необхідно;
- встановлення господарських зв'язків з постачальниками;
- укладання договорів з постачальниками;
- встановлення взаємовідносин з транспортними організаціями з приводу доставки сировини і матеріалів;
- приймання доставлених матеріальних ресурсів на складі;
- встановлення ліміту на матеріали і сировину цехам;
- оформлення видачі матеріальних ресурсів цехам.

Необхідно проаналізувати перераховані функції. Визначити функції, які найбільше впливають на величину матеріальних витрат підприємства. Вказати функції, які найбільше впливають на розмір транспортних витрат підприємства. Визначити функції, які впливають на рівень матеріальних запасів. Висновки та відповідь обґрунтувати.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

ОРГАНІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ

Тема 1. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Показники використання, обліку і планування товарних запасів.
2. Структура товарних запасів на підприємстві.
3. Система оцінки товарних запасів підприємства.
4. Методи, форми закупівлі товарів посередницьким підприємством.

Тематика рефератів:

- 1) Товарні запаси торговельного підприємства, їх призначення та класифікація.

2) Комерційні ризики та фактори впливу на їхній рівень.

Практичні завдання:

- i. Завдання: Розрахувати розмір оптимального товарного запасу на складах продовольчих і непродовольчих товарів (табл. 2.1). На підставі проведених розрахунків, самостійно, орієнтуючись на джерела надходження товарів, обґрунтувати оптимальну норму товарного запасу в днях.

Таблиця 2.1

Показники для розрахунку	Одиниці виміру	Варіанти					
		1	2	3	4	5	6
1. Основна площа складу для зберігання товару	м²	900	1200	1400	1500	1800	2000
2. Коефіцієнт використання основної площі складу		0,75	0,7	0,8	0,60	0,55	0,7
3. Питоме навантаження на 1 м² площі складу	т/м	0,8	1,2	1,5	1,2	1,8	2,0
4. Середньоденний вантажообіг складу	т	20	22	24	28	30	34
5. Джерела поставки товарів на склад		місце ві	іногор одні	іногор одні	іногор одні	іногор одні	іногор одні

- ii. Завдання: Визначити рівень товарних запасів на останнє число кожного кварталу року й обчислити час і швидкість товарного обороту за кожен квартал, виходячи з наступних даних по торговому підприємству ТОВ «Київ-Торг» (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Місяць	ТЗ на 1 число місяця			Товарообіг за місяць (тис. грн.)		
	1	2	3	1	2	3
Січень	44,5	46,5	48	100	110	140
Лютий	42	44,8	46	90	100	120
Березень	46	47,5	48	105	120	130
Квітень	41,5	46,2	45,6	85	110	125
Травень	50	52	50	115	140	140
Червень	48	50	50,8	100	120	135
Липень	44	48	48,6	90	115	130
Серпень	42	46	46,8	85	100	150
Вересень	48,5	50	48,4	110	120	140
Жовтень	46,5	46	49,6	100	110	130
Листопад	44	52	54	90	130	150
Грудень	48,5	50	56,2	120	150	180

3. Завдання: За даними табл. 2.3 розрахуйте розмір товарного запасу в днях обороту й обґрунтуйте норматив товарного запасу на планований період за допомогою ковзної середньої.

Таблиця 2.3

Роки	Показники і варіанти	Умовні
------	----------------------	--------

	Роздрібний товарообіг, тис. грн.			Товарні запаси, тис. грн.			Товарні запаси у днях			позначення товарного запасу у днях
Перший	8200	6400	3800	420	280	180				Д ₁
Другий	8600	6700	4200	480	260	210				Д ₂
Минулий	8900	7100	4700	500	295	230				Д ₃
Звітний	9200	7500	4900	540	320	270				Д ₄
Плановий	10000	8100	5400							Д ₅

Тема 2. Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Організація і технологія оптового продажу товарів.
2. Порядок формування і регулювання асортименту товарів на оптових торгових підприємствах.
3. Управління оптовими продажами та комерційна діяльність по збуту товарів.

Тематика рефератів:

- 1) Вплив комерційної діяльності товарів на підвищення культури торгівлі.
- 2) Формування ринково-орієнтованої сфери оптової торгівлі в Україні, як важлива умова ефективної комерційної діяльності.
- 3) Особливості комерційної діяльності торгових домів з оптових закупівель /продажу/товарів.
- 4) Комерційна діяльність торгових домів.
- 5) Особливості комерційної діяльності торгових домів з оптових закупівель /продажу/товарів.
- 6) Комерційна діяльність торгових домів.

Практичні завдання:

1. Завдання: Річний обсяг закупівель побутової техніки, що надходить зі складу дистриб'ютора, розташованого в м. Києві, запланували в сумі 1800 тис. грн. Сума витрат обертання на розміщення замовлення, доставку товарів та їхнє приймання становила 2,8 тис. грн. Сума витрат обертання на збереження одиниці запасу товарів становить 0,4 тис. грн. на рік. Визначити оптимальний розмір партії постачання товарів на підприємство.

2. Завдання: Методом техніко-економічних розрахунків визначити норму товарних запасів для окремих товарних груп торгового підприємства, інформаційні дані якого наведені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Показники	Одиниці виміру	Кондитерські вироби	Бакалійні товари	Алкогільні напої
1. Річний товарообіг для окремих груп	Грн..	342000	504000	648000
2. Одноденний товарообіг	Грн.	950	1400	1800
3. Кількість різновидів товарів	Од.	100	120	90
4. Середня ціна різновидів товарів	Грн..	10	6	14
5. Кількість різновидів товарів в одній	Од.	25	30	20

партії постачання				
6. Період завезення партії товарів	Дн.	6	10	10
7. Гарантійний запас	%	25	20	20
8. Товарний запас на момент приймання та підготовки товарів до продажу	Дн.	0,3	0,4	0,2

3. Завдання: Торгово-комерційна фірма «Укроптбакалея» здійснює закупівлю цукру-піску в Одеського цукрового заводу для розфасовки і подальшої реалізації роздрібним торговим підприємствам. Річний обсяг попиту становить 3600 т. Стимулюючи обсяги збуту, постачальник надає знижки, розмір яких збільшується зі збільшенням партії замовлення. Умови платежу – за фактом надходження. Відпускні ціни з урахуванням партійності замовлення і розміру знижок наведено в таблиці 2.5. Витрати на розміщення і виконання замовлення становлять 2,2 тис. грн.; витрати на збереження 1 т цукру-піску на складі — 0,5 тис. грн..

Таблиця 2.5

Партія замовлення	Ціна 1 т цукру
60 т	2 тис. грн.
До 180 т	1,9 тис. грн.
До 300 т	1,8 тис. грн.

Розрахуйте оптимальний розмір замовлення цукру-піску, а також повні витрати, що включають витрати на закупівлю, розміщення і виконання замовлення, збереження запасів сировини при різних розмірах партії замовлення. Визначте значення розміру партії замовлення, що забезпечує мінімальну величину повних витрат.

4. Завдання: Розрахована сума товарних запасів у ТОВ «Успіх» для окремих груп товарів становить: рибні товари – 28 тис. грн.; алкогольні напої – 44 тис. грн.; молочні товари – 18 тис. грн.; бакалійні товари – 36 тис. грн. Визначити планову суму товарних запасів (грн.) і норматив товарного запасу (дні) у цілому по підприємству, якщо річний товарообіг за даними групами товарів становить 1640 тис. грн.

Тема 3. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Організація самообслуговування у роздрібній торгівлі.
2. Організація роздрібного продажу великогабаритних товарів за зразками.
3. Організація самообслуговування у роздрібній торгівлі.
4. Комерційна діяльність з роздрібного продажу товарів.
5. Організація роздрібного продажу товарів за індивідуальним обслуговуванням, у тому числі з відкритою викладкою.

Тематика рефератів:

- 1) Рекламні засоби і їх застосування в роздрібній та оптовій торгівлі.
- 2) Стимулювання продажу та оцінка його ефективності.
- 3) Вплив самообслуговування на підвищення ефективності роздрібною торгівлі

та скорочення витрат споживання.

- 4) Вибір ефективних форм роздрібного продажу товарів у магазинах.
- 5) Підвищення ефективності самообслуговування у роздрібній торгівлі.
- 6) Умови ефективного роздрібного продажу продовольчих товарів за попереднім замовленням покупців.

Практичні завдання:

1. Завдання: Визначте рівномірність надходження соків за квітень 2013 року в супермаркеті «Амстор» від Одеського консервного заводу дитячого харчування, якщо за умовою договору постачання соки в асортименті повинні надходити по декадах місяця рівними партіями по 60 тис. грн. Фактичне постачання по декадах квітня 2013 р. становить:

$X_1 - 58,5$ тис. грн.; $X_2 - 61$ тис. грн.; $X_3 - 64,5$ тис. грн.

2. Завдання: Зробіть розрахунки для визначення нормативу товарного запасу для бакалійної групи товарів гастроному «Україна», враховуючи дані таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Роки	Роздрібний товарообіг, тис. грн.	Товарний запас		Умовні позначення товарного запасу у днях
		Тис. грн..	Дні обігу	
Перший	860	42,6	17,8	D_1
Другий	920	40,8	16	D_2
Минулий	1030	42,5	15	D_3
Звітний	1120	44,4	14,3	D_4
Плановий	1190	47,6	14,4	D_5

3. Завдання: Керівництво торгово-промислової фірми прийняло рішення про власне виробництво борошняних кондитерських виробів – тортів. Раніше цей асортимент надходив з булочно-кондитерського комбінату «Бісквіт» за середньою ціною 14 грн. за одиницю продукції. Попередня калькуляція витрат показала, що змінні витрати підприємства становлять 10 грн. у розрахунку на одиницю продукції, а постійні витрати — 40 тис. грн. Визначити стратегію виробництва – при яких обсягах випуску борошняних кондитерських виробів (шт.) існує економічна доцільність переходу на власне виробництво.

4. Завдання: Керівництво магазину розглядає питання про збільшення витрат на рекламу на 10000 тис. грн., при цьому прогнозується зростання виручки від продажу товарів на 40000 тис. грн.. Відомо, що коефіцієнт маржинального прибутку у магазині складає 0,7.

Визначити, чи вигідно для магазину збільшувати витрати на рекламу.

5. Завдання: Провести дослідження організації сучасного супермаркету (супермаркет обрати самостійно на свій вибір). Розробити анкету і провести опитування спеціалістів (працівників) супермаркету та споживачів. Крім того:

- ознайомитися з переліком документів, що забезпечують діяльність роздрібного торговельного підприємства та його підрозділів;
- розробити проект організаційної схеми управління супермаркетом;

- розробити посадові інструкції для працівників, що передбачено організаційною схемою;
 - обґрунтувати стандарти торговельного обслуговування в магазині;
 - розробити тренувальні вправи для продавців супермаркету;
 - провести навчання продавців супермаркету.
- Роботу оформити у вигляді звіту в друкованому вигляді на А4.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Тема 1. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

- 1) Сутність біржової торгівлі та її еволюція.
- 2) Комерційна діяльність брокера.
- 3) Використання аукціонів у комерційній діяльності.
- 4) Сутність ярмаркової та виставкової діяльності
- 5) Організаційний процес ярмарок та виставок.
- 6) Організація підготовки та проведення тендерів.

Тематика рефератів:

- 1) Успішна участь підприємства у ярмарках та виставках.
- 2) Організація закупівлі /продажу/ товарів через біржі, аукціони.
- 3) Використання тендерної торгівлі для закупівлі /продажу/ товарів, робіт, послуг.
- 4) Організація закупівлі /продажу/ товарів на аукціонах.
- 5) Діяльність тендерної торгівлі в умовах ринку.

Практичні завдання:

1. Завдання: АТ «Лакомка» отримала пропозицію брокерської контори «Маркетинг» щодо закупівлі на біржі 10000 кг товару за ціною 1,50 грн./кг. Це нова продукція з унікальними властивостями. Необхідно зробити висновки про доцільність комерційної угоди. Вихідні дані в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Базис поставки	франко-завод	
Запланована ціна реалізації	Цр	1,90 грн.
Сума витрат на транспортування товарів	ЗТ	500 грн.
Сума витрат на обслуговування кредиту	ЗК	300 грн.
Умови розрахунку	По факту поставки	
Ставка біржового збору від суми угоди	Сбс	0,2%
Ставка комісійної винагороди брокерської контори від суми угоди	Скв	4%
Можливий термін реалізації партії товару	П _і	1 місяць
Рівень матеріальних та інших витрат, що прирівнюються	УМЗ	0,7%

до матеріальних, з обігу закупівлі		
Рівень витрат на оплату праці	УФ	2,0%
Збори:		
- до пенсійного фонду	Сп	32%
- на соціальне страхування (у т.ч. безробіття)	Сс	2,5%
- фонд соц. страхування на випадок безробіття	Фсс	2,5%
- на випадок травматизму (доводиться централізовано)	Тр	2,70
Ставка державного мита за даний розмір угоди	Сгб	0,1%
Сума інших обов'язкових платежів з прибутку у розрахунку на угоду	НП	85 грн.
Ставка податку на прибуток	Снпр	30%
Ставка податку на додану вартість	Сндс	16,67%

- Необхідно розрахувати суму обов'язкових платежів по угоді, віднесених на витрати обігу та прибуток АТ «Лакомка»;
- Необхідно зробити висновок про ефективність прогнозованої біржової угоди на основі оцінки показників чистого прибутку та відповідних показників рентабельності.

2. Завдання: Результатами переговорів АТ «Лакомка» з брокерською конторою «Маркетинг» відносно її пропозиції щодо закупівлі на біржі 10000кг товару за ціною 1,50 грн. за кілограм (див. завдання 1) були зміни платежу: 50% - передплата; 50% - відстрочка з платежу з факту поставки на 20 днів. Закупка буде здійснена без зарахування кредитних ресурсів. На підставі відповідних розрахунків зробіть висновки про доцільність зазначених змін. Вихідні дані для обліку приведені у завданні 1.

Доповнення до даних

Період часу між передплатою та надходженням товару	П ₂	1 місяць
Середньомісячний темп інфляції у попередньому періоді	Ті	6,0%
Середньомісячна ставка депозитного проценту	ДП	5,0%

1) Необхідно показати вплив умов платежу згідно договору на ефективність комерційної угоди;

2) Необхідно зробити висновок про ефективність угоди на основі оцінки показників чистого прибутку (з урахуванням відповідного упущення – доходу) та відповідних показників рентабельності.

3. Завдання: На момент укладання контракту між постачальником і покупцем на початку року ціна одиниці товару, що закуплявся, складала 300 тис. грн.. Відомо, що 50 % в ціні товару займала вартість матеріалів, що використовуються у виробництві, 20 % - заробітна плата, 2 % - транспортні витрати, 10 % - інші елементи ціни. Майже через три місяці вартість матеріалів, що використовуються у виробництві, зросла на 10 %, заробітна плата – на 8 %, а транспортні витрати зросли на 12 %.

Розрахувати ціну товару (так зв. ковзну ціну) на момент його постачання, що відбудеться через три місяці після укладання контракту.

Тема 2. Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Сутність лізингу, його види і порядок висновку лізингового контракту.
2. Поняття факторингу, сфера його застосування
3. Сутність франчайзингу як одна із форм ведення бізнесу
4. Сутність та особливості регіонального франчайзингу.

Тематика рефератів:

1. Вплив факторів на вибір варіантів франчайзингу.
2. Можливості франчайзингу в умовах розвитку України.
3. Стратегічне та оперативне планування комерційної діяльності суб'єктів товарного ринку.

Практичні завдання:

1. Завдання: Визначити запас безпеки (фінансової міцності) фірм «A&C» і «B&S» в абсолютній та відносній формі (табл. 3.2). Зробити відповідні висновки.

Таблиця 3.2

	Фірма «A&C»		Фірма «B&S»	
	Грн..	%	Грн..	%
Виручка	500000,00	100,00	500000,00	100,00
Змінні витрати	350000,00	70,00	100000,00	20,00
Вкладений дохід	150000,00	30,00	400000,00	80,00
Постійні витрати	90000,00		340000,00	
Чистий прибуток	60000,00		60000,00	

2. Завдання: Виявити і оцінити за 5-ти бальною системою вплив факторів на розвиток лізингу та франчайзингу в сучасних умовах. Результати представити в табл. 3.3.

Сприятливі		Несприятливі	
внутрішні	зовнішні	внутрішні	Зовнішні
фактор	бали	фактор	Бали
<i>Лізинг</i>			
<i>Франчайзинг</i>			

3. Завдання: Підприємство продає щорічно по 15000 од. виробів за ціною 25 тис. грн. за одиницю. Змінні витрати в розрахунку на одиницю продукції складають 10 тис. грн.. Постійні витрати підприємства складають 150000 тис. грн.. З метою збільшення обсягу продажу керівництво підприємства вирішило знизити ціну за одиницю продукції на 50 тис. грн.. і збільшити витрати на рекламу на 10000 тис. грн.. В результаті таких заходів керівництво підприємства планує досягти росту обсягу продажів на 60 %. Визначити, чи вигідні такі дії керівництва підприємства.

Тема 3. Комерційна робота посередницьких підприємств при здійсненні зовнішньої торгівлі

Теоретичні завдання (дати відповіді на запитання):

1. Поняття митниці та її основні функції

2. Сутність експортно-імпортних операцій
3. Організація експортно-імпортних операцій

Тематика рефератів:

- 1) Організація експортно-імпортних операцій на ринку продовольчих товарів.
- 2) Організація митної справи в Україні.
- 3) Порядок митного оформлення і контролю вантажів
- 4) Вплив комерційної діяльності на розвиток бізнесу, підприємництва і торгівлі.

Практичні завдання:

1. Завдання: Розробити пакет документів для формування зовнішньоекономічних господарських зв'язків між українським виробничим підприємством – ВАТ «Шосткінський міський молочний комбінат» (продукція ТМ «Шостка») та зарубіжними торговельними підприємствами щодо експорту продукції ТМ «Шостка» в такі країни – США, Молдова, Казахстан, Ізраїл. Пакет документів обов'язково має включати:

- (а) протокол про наміри;
- (б) попередній зовнішньоекономічний контракт;
- (в) контракт поставки (експорту) продукції ТМ «Шостка».

Також визначити порядок пролонгації зовнішньоекономічного контракту між ВАТ «Шосткінський міський молочний комбінат» та зарубіжними торговельними підприємствами на наступний період.

2. Завдання: Розробити договір між українським виробничим підприємством – ЗАТ «Хмельницька маслосирбаза» (м. Хмельницький) та російським торговельним підприємством – ТОВ «Роспрод» (м. Санкт-Петербург) на реалізацію молочної продукції ЗАТ «Хмельницька маслосирбаза» ТМ «Вершковий рай» на ринках Російської Федерації.

3. Завдання: Вітчизняне підприємство продає продукцію двох видів «А» і «Д» у двох країнах – Російській Федерації та Польщі. Розподіл обсягу продажу по країнах наведено у табл. 3.2.

Дані про обсяги продажу і витрати за умови повного завантаження виробничих потужностей представлено в табл. 3.3. У Польщі у процесі продажу продукції виникли додаткові витрати в сумі 120 млн. грн. Визначити, найбільш вигідний для вітчизняного підприємства зарубіжний ринок збуту продукції.

Таблиця 3.2.

Продукція	Польща	Російська Федерація
«А»	80%	20%
«Д»	20%	80%

Таблиця 3.3

Продукція	Виручка, млн. грн.	Змінні витрати, млн. грн.	Постійні витрати, млн. грн.
«А»	240	90	75
«Д»	480	330	72

10. 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.

11. 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 контролем. 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).

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль			Рейтинг з навчальної роботи $R_{НР}$	Рейтинг з додаткової роботи $R_{ДР}$	Рейтинг штрафний $R_{ШТР}$	Підсумкова атестація (залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3					
0-100	0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

Примітки. 1. Відповідно до «Положення про кредитно-модульну систему навчання в НУБіП України», затвердженого ректором університету 03.04.2009 р., рейтинг студента з навчальної роботи $R_{НР}$ стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} \cdot K_{ЗМ}^{(1)} + R_{ЗМ}^{(2)} \cdot K_{ЗМ}^{(2)} + R_{ЗМ}^{(3)} \cdot K_{ЗМ}^{(3)})}{K_{ДИС}} + R_{ДР} - R_{ШТР},$$

де $R_{ЗМ}^{(1)}, \dots, R_{ЗМ}^{(n)}$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K_{ЗМ}^{(1)}, \dots, K_{ЗМ}^{(n)}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{ДИС} = K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + K_{ЗМ}^{(n)}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{др}$ – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{штр}$ – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти $K_{зм}^{(1)} = \dots = K_{зм}^{(n)}$. Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{нр} = \frac{0,7 \cdot (R_{зм}^{(1)} + R_{зм}^{(2)} + R_{зм}^{(3)})}{3} + R_{др} - R_{штр}.$$

Рейтинг з додаткової роботи $R_{др}$ додається до $R_{нр}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{штр}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{нр}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

2. Згідно із зазначеним Положенням *підготовка і захист курсового проекту (роботи)* оцінюється за 100 бальною шкалою і далі переводиться в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

13. Методичне забезпечення

1. Рябчик А.В. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2018.
2. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» ОС «Магістр» (денної

форми навчання). - К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2015. – 56 с.

3. Рябчик А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту напряму підготовки 8.03050701 «Маркетинг» ОС «Магістр» (денної та заочної форми навчання) / А. В. Рябчик - К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2015. – 120 с.
4. Рябчик А.В. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для підготовки фахівців ОС «Магістр» напряму/спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» денної форми навчання - К.: «ЦП «КОМПРИНТ», 2014. – 56 с.
5. Рябчик А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту напряму підготовки 8.03050701 «Маркетинг» ОС «Магістр» (денної та заочної форми навчання) / А. В. Рябчик - К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2015. – 120 с.

14. Рекомендована література

Базова

1. Рябчик А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту напряму підготовки 8.03050701 «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.: ИНФРА-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.: ИНФРА-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. Agriculture Marketing / Brenson R. E., N. Douglas. – USA : Iowa University Press, 1991. – 426 p.

15. Інформаційні ресурси

1. Закон України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» від 17 липня 1997 р. // www.rada.kiev.ua
2. Закон України «Про фінансовий лізинг» від 16 грудня 1997 р. // www.rada.kiev.ua
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. // www.rada.kiev.ua
4. Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій в галузі ЗЕД» від 23 грудня 1998 р. // www.rada.kiev.ua
5. Книга. М.Ю. Баскакова - Комерційна діяльність посередницьких підприємств. Конспект лекцій – режим доступу: http://elkniga.info/book_315.html
6. Комерційне представництво та посередництво: практичні моменти –режим доступу: 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
8. Поняття та ознаки комерційного посередництва - режим доступу: <http://vse-znaniya.com/hozyaystvennoe-pravo/ponyattya-oznaki-komertsijnogo-poserednitstva.html>
9. Організація комерційної діяльності в торгівлі – режим доступу: http://b-ko.com/book_123_glava_14_2.2._Організація_к.html
10. Організація господарських зв'язків з поставок. Порядок і способи укладення договорів поставки – режим доступу: <http://pravouch.com/page/pidiprigorapravo/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>

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Критерії оцінки виконання навчальних завдань є одним з основних способів перевірки знань, умінь і навичок студентів з дисципліни “Психологія реклами”. При оцінці завдань за основу слід брати повноту і правильність їх виконання. Необхідно враховувати такі вміння і навички студентів:

- диференціювати, інтегрувати та уніфікувати отримані знання;
- викладати матеріал логічно й послідовно;
- користуватися додатковою літературою.

Рейтингові оцінки зі змістових модулів

Термін навчання (тижні)	Номер змістового модуля	Навчальне навантаження, год.	Кредити ECTS	Рейтингова оцінка змістового модуля	
				Мінімальна	Розрахункова
1-6	1	36	1	60	100
6-12	2	40	1	60	100
13-15	3	32	1	60	100
Всього	3	108	3	60	100

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} = 0,3R_{\text{ат}}$$

$$R_{\text{нр}} = (0,7 (R_{1\text{зм}} \times 1 + R_{2\text{зм}} \times 1 + R_{3\text{зм}} \times 1)) : 3 + R_{\text{др}} - R_{\text{штр}}$$

Співвідношення між національними та ECTS оцінками і рейтингом із дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

ПАКЕТИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «Магістр» спеціальність 075 «Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2019-2020 навч. рік	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств»	Затверджую Зав. кафедри _____ (підпис) Буряк Р.І. (ПІБ) _____ 20__ р.

- Особистісні і професійні вимоги до комерційного працівника.
- Завдання: Складська площа для збереження товару становить $S_{\text{осн}} = 800 \text{ м}^2$; питоме навантаження на 1 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.
- Тестові завдання:

- 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

- 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)

- Яке слово пропущене у реченні (визначенні).

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

- 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	В. встановлене одним або декількома особами товариство,

обмеженою відповідальністю	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 мережею
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

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.

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з дисципліни “КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ
ПІДПРИЄМСТВ”

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА ЛІТЕРАТУРА
з дисципліни: **“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ”**

Основні підручники

1. Рябчик А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» для студентів факультету аграрного менеджменту напряму підготовки 8.03050701 «Маркетинг» ОС «Магістр» (денної та заочної форми навчання) / А. В. Рябчик - К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2015. – 120 с.

Додаткова література

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.: ИНФРА-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. Agriculture Marketing / Brenson R. E., N. Douglas. – USA : Iowa University Press, 1991. – 426 p.