



**СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ**  
**«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ**  
**ПІДПРИЄМСТВ»**

Ступінь вищої освіти - **Магістр**  
Спеціальність **075 Маркетинг**  
Освітня програма **«Маркетинг»**  
Рік навчання **1**, семестр **1**  
Форма навчання **денна**  
Кількість кредитів ЄКТС **4**  
Мова викладання **українська**

**Лектор курсу**  
**Контактна інформація**  
**лектора (e-mail)**  
**Сторінка курсу в eLearn**

**Гераймович Віолета Леонтіївна, к.е.н., доцент**  
**Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401**  
**vita\_violeta@ukr.net**  
**<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2496>**

**ОПИС**  
**ДИСЦИПЛІНИ**  
*(до 1000 друкованих*  
*знаків)*

Мета дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств»: 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.

Завдання дисципліни полягають в отриманні магістрантами знань щодо виявлення закономірностей і тенденцій розвитку сучасної торгової справи в умовах сучасної ринкової економіки 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.

**Набуття компетентностей:**

***Інтегральна компетентність (ІК)***

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

***Загальні компетентності (ЗК)***

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

***Програмні результати навчання (ПРН)***

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері

маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН19. Оцінювати та аналізувати стан та закономірності розвитку міжнародного середовища.

## СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчан	Завдання	Оцінювання
<b>1 семестр</b>				
<b>Модуль 1</b>				
Тема 1. Поняття і сутність комерційної діяльності посередницьких підприємств	2/4	<b>Знати:</b> основні поняття комерційної діяльності посередницьких підприємств. <b>Вміти:</b> вести ефективну комерційну діяльність. <b>Аналізувати:</b> комерційну діяльність посередницьких підприємств. <b>Розуміти:</b> принципи і функції комерційної діяльності. <b>Розрізняти:</b> комерційні процеси. <b>Застосовувати:</b> правила і принципи комерційної діяльності. <b>Використовувати:</b> рекомендації для ефективного здійснення комерційної діяльності.	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч.elearn).	<b>15</b>
Тема 2. Організація господарських зв'язків у торгівлі та форми, методи комерційних розрахунків	2/4	<b>Знати:</b> загальні положення договорів купівлі- продажу та форми і методи здійснення комерційних розрахунків. <b>Вміти:</b> складати і укладати договори, проводити розрахунки. <b>Аналізувати:</b> договірні положення. <b>Розуміти:</b> форми і методи розрахунків. <b>Розрізняти:</b> переваги використання різних форм і методів розрахунків. <b>Застосовувати:</b> правила і вимоги до створення договорів. <b>Використовувати:</b> форми і методи розрахунків в практичній діяльності.	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	<b>15</b>

<p>Тема 4. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів</p>	<p>2/4</p>	<p><b>Знати:</b> загальні правила закупівлі та формування товарних запасів.  <b>Вміти:</b> здійснювати операції по закупівлі та формуванню товарних запасів.  <b>Аналізувати:</b> товарні запаси.  <b>Розуміти:</b> принцип дії операцій по закупівлі і формуванню товарних запасів. <b>Розрізняти:</b> торговельних постачальників та господарські зв'язки з ними.  <b>Застосовувати:</b> методи, способи формування товарних запасів..  <b>Використовувати:</b> показники товарних запасів для управління ними.</p>	<p>Здача практичної роботи.  Написання тестів, ессе.  Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).  Розв'язок задач.</p>	<p><b>20</b></p>
<p>Тема 3. Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств</p>	<p>2/2</p>	<p><b>Знати:</b> основні види роботи комерційних служб та показники оцінки ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств. <b>Вміти:</b> організувати роботу комерційних служб та здійснювати аналіз комерційної діяльності.  <b>Аналізувати:</b> показники комерційної діяльності.  <b>Розуміти:</b> показники ефективності комерційної діяльності.  <b>Розрізняти:</b> функції працівників служби комерційної діяльності.  <b>Застосовувати:</b> методи оцінки комерційної діяльності.  <b>Використовувати:</b> показники оцінки ефективності комерційної діяльності торговельних підприємств.</p>	<p>Здача практичної роботи.  Написання тестів, ессе.  Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn).  Розв'язок задач.</p>	<p><b>20</b></p>

<b>Модуль 2</b>				
<p>Тема 1. Комерційна діяльність оптових підприємств по збуту продукції</p>	2/4	<p><b>Знати:</b> зміст комерційної роботи з оптового продажу товарів.  <b>Вміти:</b> організувати роботу з оптового продажу товарів.  <b>Аналізувати:</b> Роботу з оптового продажу товарів.  <b>Розуміти:</b> принцип комерційних операцій з оптового продажу товарів.  <b>Розрізняти:</b> комерційні послуги та особливості їх надання.  <b>Застосовувати:</b> основні вимоги до формування асортименту продукції оптових підприємств.  <b>Використовувати:</b> форми і методи оптового продажу товарів.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.</p>	<b>20</b>
<p>Тема 2. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів</p>	2/4	<p><b>Знати:</b> основи та особливості комерційної роботи з роздрібного продажу товарів.  <b>Вміти:</b> організувати роботу з роздрібного продажу товарів.  <b>Аналізувати:</b> роботу з роздрібного продажу товарів.  <b>Розуміти:</b> принципи формування асортименту роздрібних підприємств.  <b>Розрізняти:</b> комерційні послуги та особливості їх надання.  <b>Застосовувати:</b> методи організації роздрібного продажу товарів.  <b>Використовувати:</b> правила і принципи організації роботи з роздрібного продажу товарів.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.</p>	<b>20</b>

<p>Тема 3. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)</p>	<p>2/4</p>	<p><b>Знати:</b> основні положення ефективної організації торгівлі на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.  <b>Вміти:</b> організувати торгівлю на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.  <b>Аналізувати:</b> комерційні операції на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.  <b>Розуміти:</b> принципи організації торгівлі на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.  <b>Розрізняти:</b> особливості організації торгівлі на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.  <b>Застосовувати:</b> рекомендації до організації торгівлі на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.  <b>Використовувати:</b> основні правила і вимоги до організації торгівлі на ярмарках, біржах, аукціонах та конкурсах.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.</p>	<p><b>15</b></p>
<p>Тема 4. Лізинг, факторинг, франчайзинг в ринковій економіці</p>	<p>1/4</p>	<p><b>Знати:</b> загальні положення лізингу, факторингу, франчайзингу.  <b>Вміти:</b> складати і укладати відповідні договори, організувати діяльність.  <b>Аналізувати:</b> договірні положення та діяльність.  <b>Розуміти:</b> лізингову, факторингову, франчайзингову діяльність.  <b>Розрізняти:</b> види лізингу, франчайзингу.  <b>Застосовувати:</b> рекомендації до організації лізингової, факторингової і франчайзингової діяльності.  <b>Використовувати:</b> правила і вимоги при організації лізингової, факторингової і франчайзингової діяльності.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.</p>	<p><b>15</b></p>

<b>Всього за навчальну роботу</b>	<b>0,7 · (R<sub>ЗМ 1</sub> + R<sub>ЗМ 2</sub>)</b> <b>R<sub>НР</sub> = -----</b> <b>2</b>	<b>70</b>
<b>Підсумкова атестація (екзамен)</b>		<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>	<b>R<sub>ДИС</sub> = R<sub>НР</sub> + R<sub>АТ</sub></b>	<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перекладання:</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
<b>Політика щодо відвідування:</b>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребіцький В.М. та ін. Організація торгівлі : підручник; 2-ге вид. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 632 с.
2. Бабух І.Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 10. Ч. 1. С. 23-26.
3. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Маркетингові підходи в управлінні збутовою діяльністю оптових торговельних підприємств. Підприємництво і торгівля. 2021. № 8. С. 7-14.
4. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність : підручник. Харків. Світ Книг. 2018. 452 с
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
6. Білан Є. Удосконалення комерційної діяльності підприємства. Актуальні проблеми вітчизняної економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі : мат. доп. V Ювіл. наук.-практ. конф. студ. та молодих вчен. зміжн. участю (м. Тернопіль, 12 лист. 2020 р.) / редкол. : О. Ф. ОвсянюкБердадіна, Ю. А. Богач, О. І. Заклекта та ін. Тернопіль : ЗУНУ, 2020. Ч. 2. С. 347-349. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/40249> (дата звертання: 04.06.2022 р.).
7. Біловодська О.А., Гвоздецька М.Ю. Дослідження сутності каналів при управлінні дистрибуцією у сфері маркетингу та логістики. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2\\_2018/43.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/43.pdf). (дата звертання: 04.06.2022 р.).
8. Бойко І.І. Мааркетингові дослідження (мінімальний маркетинговий експеримент) : навч. посібник. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 280 с.
9. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Чорна Д.О. Теоретико-методологічні аспекти організації та впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах. Приазовський економічний вісник. 2021. № 2. С. 60-65.

10. Вашків О.П., Собко О.М., Смерека С.Б. Управління конкурентоспроможністю продукції : навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 272 с.
11. Воронько-Невіднича Т.В., Кошулько А.В., Карасенко В.М. Особливості управління комерційною діяльністю аграрних підприємств. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 6. С. 130-134.
12. Гой І.В., Смелянська Т.Т. Підприємництво : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 368 с.
13. Гонський М.Д. Інтеграція маркетингу в комерційні процеси організації. Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. Львів : ЛКА, 2011. Вип. 12. С.83-86.
14. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01. 2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text/> (дата звертання: 15.05.2022 р.).
15. Економіка підприємництва : підручник / за ред. Л.В. Фролової. Одеса : Бондаренко М.О., 2020. 708 с.
16. Комерційна діяльність підприємств : навч. посіб. / Т. І. Притиченко, В. М. Щетинін. Харків : ХНЕУ, 2010. 318 с.
17. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
18. Купалова Г.І., Артюх Т.М., Бодяковська А.В. Стратегія розвитку електронної комерції в період пандемії COVID-19. Підприємництво і торгівля. 2021. № 8. С. 40-48.
19. Мальчик М.В., Адасюк І.П. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості. Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues. 2021. Vol. 5. № 1. С. 75-85.
20. Маркетинг : навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / за заг. ред. проф. Старостіної А.О. Київ : «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
21. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / пер. з англ. Н. Кошманенко. Київ : Наш Формат, 2020. 424 с.
22. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 271/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звертання: 05.06.2022 р.).
23. звертання: 05.06.2022 р.).
24. Саблук О. Суть і принципи комерційного підприємництва і комерційної діяльності. Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2018. № 1. С. 74-79.
25. Сетьяван І., Котлер Ф., Кетарджая Г. Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового Київ : КМ-Букс, 2020. 208 с.
26. Harris L., Kotler P., Armstrong G., He H. Principles of marketing. Pearson, 2020. 719 p.
27. Pro-Consulting. Офіційна сторінка. URL: <https://pro-consulting.ua> (дата звертання: 29.05.2022 р.).
28. Vashkiv O., Sobko O., Smereka S. Comprehensive assessment of the company's competitiveness. Економіка та суспільство. 2021. № 29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-33>.