

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра організації підприємництва та біржової діяльності

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан економічного факультету

_____ Діброва А.Д.

“ _____ ” _____ 2021 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри організації
підприємництва та біржової діяльності

Протокол № 20 від “01” 06.2021 р.

Завідувач кафедри

_____ Ільчук М.М.

”РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП підприємство, торгівля

та біржова діяльність

_____ Солодкий М.О.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Комерційна діяльність та бізнес-комунікації

спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Факультет Економічний

Розробники: доцент, к.е.н., доцент Кириченко Анастасія Володимирівна

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2021 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Комерційна діяльність та бізнес-комунікації
(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>(Magistr)</i>	
Спеціальність	<i>076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
Освітня програма	<i>Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>Екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	5	
Семестр	2	
Лекційні заняття	<i>15 год.</i>	<i>6 год.</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	<i>6 год.</i>
Лабораторні заняття	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Самостійна робота	<i>105 год.</i>	<i>138 год.</i>
Індивідуальні завдання	<i>год.</i>	<i>год.</i>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>3 год.</i>	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у студентів систем знань і розуміння теоретичних і методологічних основ управління комерційною діяльністю, набуття навичок самостійного прийняття управлінських комерційних рішень.

Завдання дисципліни:

засвоєння основних термінів та понять управління комерційною діяльністю на рівні їх відтворення і тлумачення;

вивчення основ управління комерційної діяльності;

виявлення особливостей управління комерційною діяльністю на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі, інших видів господарської діяльності.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп рівного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності

ФК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

ФК 6. Здатність вирішувати задачі у нестійкому економічному середовищі, здійснювати аналіз і прогнозування тенденцій розвитку підприємницьких та біржових структур у конкурентному середовищі.

3. Програма та структура навчальної дисципліни для:

– повного терміну денної (заочної) форми навчання.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності та перші кроки виходу на ринок

Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності

Поняття і суть комерційної діяльності. Суб'єкти комерційної діяльності. Організація підприємства.

Тема 2. Дослідження ринку товарів і послуг

Поняття та економічний зміст ринків. Класифікація та склад структурних елементів ринків. Основні функції та особливості товарного ринку.

Тема 3. Створення та легалізація суб'єкта комерційної діяльності

Державна реєстрація суб'єкта комерційної діяльності. Ліцензування комерційної діяльності. Патентування комерційної діяльності.

Змістовий модуль 2. Організаційно-економічні засади закупівельної діяльності та продажів

Тема 4. Формування асортименту товарів підприємств торгівлі

Завдання і методи вивчення попиту населення в роздрібних підприємствах. Поняття і класифікація асортименту товарів. Формування асортименту товарів у магазинах.

Тема 5. Організація і планування закупівельної діяльності підприємств

Сутність, зміст і методи закупівлі товарів. Вивчення та пошук комерційних партнерів із закупівлі товарів. Класифікація постачальників. Оптові ярмарки.

Тема 6. Організація оптового продажу товарів

Сутність та місце оптової торгівлі в ринкових процесах. Функції оптової торгівлі. Структура оптової торгівлі. Види оптових підприємств та їх класифікація. Організація оптового продажу товарів.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	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	14	
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності та перші кроки виходу на ринок														
Тема 1. Теоретичні основи комерційної діяльності	1-3 тижні	25	2,5	5			17,5	25	1	1				23
Тема 2. Дослідження ринку товарів і послуг	3-6 тижні	25	2,5	5			17,5	25	1	1				23
Тема 3. Створення та легалізація суб'єкта комерційної діяльності	6-9 тижні	25	2,5	5			17,5	25	1	1				23
Разом за змістовим модулем 1		75	7,5	15			52,5	75	3	3				69
Змістовий модуль 2. Організаційно-економічні засади закупівельної діяльності та продажів														
Тема 1. Формування асортименту товарів підприємств торгівлі	9-11 тижні	25	2,5	5			17,5	25	1	1				23
Тема 2. Організація і планування закупівельної діяльності підприємств	11-13 тижні	25	2,5	5			17,5	25	1	1				23
Тема 3. Організація оптового продажу товарів	13-15 тижні	25	2,5	5			17,5	25	1	1				23
Разом за змістовим модулем 2		75	7,5	15			52,5	75	3	3				69
Усього годин		150	15	30			105	150	6	6				138
Курсовий проект (робота) з _____ _____ (якщо є в робочому навчальному плані)		-	-	-			-	-	-	-	-	-	-	-
Усього годин		150	15	30			105	150	6	6				138

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Теоретичні основи комерційної діяльності	5
2	Дослідження ринку товарів і послуг	5
3	Створення та легалізація суб'єкта комерційної діяльності	5

4	Формування асортименту товарів підприємств торгівлі	5
5	Організація і планування закупівельної діяльності підприємств	5
6	Організація оптового продажу товарів	5

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

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

Контрольні питання

1. Що означає поняття „ефект”, „ефективність”, „економічний ефект”, „соціальний ефект”?
2. Охарактеризуйте основні показники, які традиційно застосовуються для аналізу ефективності діяльності торговельного підприємства.
3. Методика розрахунку показників оцінки ефективності функціонування торговельних об'єктів.
4. Назвіть показники ефективності використання торгової площі магазину.
5. Методичні підходи визначення потреби щодо установчої та демонстраційної площі.
6. Які показники оцінки стану розвитку використання складської мережі оптової торгівлі?
7. Охарактеризуйте показники оцінки ефективності використання складської мережі оптових підприємств.
8. Визначте сутність господарських ризиків та факторів, що обумовлюють невизначеність економічної поведінки суб'єкта господарювання.
9. Які наслідки виникнення ризикової події?
10. Дайте класифікацію ризиків, притаманних діяльності торговельного підприємства.
11. Охарактеризуйте зони ризику комерційної діяльності.
12. Назвіть основні принципи управління господарськими ризиками.
13. Які специфічні ризики операційної діяльності торговельного підприємства?
14. Як оцінюють кількісний і якісний рівень ризику?
15. Охарактеризуйте послідовність дій із застосуванням статистичного методу оцінки ризику.
16. Назвіть послідовність дій із застосуванням експертного методу оцінки ризику.
17. Складіть фактор-карту для оцінки асортиментного ризику торговельного підприємства.
18. Укажіть послідовність дій із застосуванням розрахунково-аналітичного методу оцінки рівня ризику.
19. Дайте класифікацію методів управління ризиком.
20. Які основні принципи управління ризиком?
21. Охарактеризуйте види організаційних методів контролю за ризиком.
22. Приведіть приклад уникнення ризику на торговельному підприємстві.
23. Як здійснюються недопущення збитків, попередження ризику?

Комплект тестів

1. Вставте пропущене поняття:

..... – сукупність фінансово-економічних, правових та організаційних знань, навичок і дій, які направлені на організацію, проведення та удосконалення процесів обігу (купівлі, продажу) товарів та послуг з метою задоволення попиту споживачів і отримання прибутку.

2. Основними принципами комерційної діяльності є:

1	вільний вибір підприємцем видів комерційної діяльності
2	самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежене законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону
3	вільне наймання підприємцем працівників
4	комерційний розрахунок і власний комерційний ризик
5	вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом
6	самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд

3. Суб'єктами комерційної діяльності є:

1	громадяни України, іноземці й особи без громадянства, які проводять господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці
2	господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які проводять господарську діяльність і зареєстровані в установленому законом порядку
3	будь-яка фізична особа
4	будь-яка юридична особа

4. Чи може в Україні бути зареєстрована 16-ти річна фізична особа суб'єктом підприємницької діяльності?:

1	Так
2	Ні
3	Може, але за наявності письмової згоди на це батьків (усиновлювачів), піклувальника або органу опіки та піклування.

5. Основними джерелами формування майна підприємства є:

1	грошові й матеріальні внески засновників
2	доходи, отримані від реалізації продукції, а також від інших видів господарської діяльності, у тому числі від операцій з цінними паперами
3	кредити банків та інших кредиторів
4	кошти з бюджетів різних рівнів

6. Який коефіцієнт знаходять за формулою:

$$K_d = \frac{1}{(1 + \Pi)^n},$$

де: Π — відношення банківської кредитної ставки до 100;

n — кількість років інвестування.

1	коефіцієнт дисконтування
2	коефіцієнт банківських кредитів
3	коефіцієнт дискримінації

4	коефіцієнт додаткових інвестицій
---	----------------------------------

7. Формами реорганізації є:

1	злиття
2	приєднання
3	поділ
4	виділення
5	перетворення

8. Вставте пропущене поняття:

..... – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності впродовж визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов.

9. Вставте пропущене поняття:

..... – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності або його структурного (відособленого) підрозділу займатися вказаними в даному Законі видами підприємницької діяльності. Торговий патент не засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності на інтелектуальну власність.

10. Вставте пропущене поняття:

..... – боротьба (в тому числі змагання, зіткнення, взаємодія) між виробниками (продавцями) за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг, за одержання максимального прибутку.

11. До найважливіших факторів, що впливають на конкурентоздатність підприємства, відносяться:

1	впровадження у виробництво досягнень науки і техніки
2	зростання обсягів виробництва і місткості ринку
3	удосконалення системи діючих на підприємстві стимулів до праці
4	позиції конкуруючих підприємств

12. Вставте пропущене поняття:

..... – витрати на придбання основних факторів виробництва: робочої сили, засобів виробництва (засобів і предметів праці, в тому числі землі) для виготовлення продукції протягом певного періоду.

13. Витрати виробництва підприємства розділяють на:

1	Постійні
2	Змінні
3	Річні
4	Квартальні

14. Функції цін:

1	Облікова
2	Бухгалтерська
3	Розподільна
4	Стимулююча

15. Процес ціноутворення на підприємстві складається з наступних основних етапів:

1	вибір мети (завдання) ціноутворення
---	-------------------------------------

2	визначення рівня попиту на даний вид продукції
3	оцінка витрат виробництва і ступеня регулювання цін на продукцію
4	аналіз цін і товарів конкурентів
5	вибір методу ціноутворення
6	розрахунок вихідної ціни виробу
7	встановлення остаточної ціни

16. Залежно від форм конкуренції розрізняють ціни:

1	ринкові
2	олігопольні
3	монопольні
4	роздрібні

17. Вставте пропущене поняття:

..... – постійно діючий ринок, де купівля-продаж товарів відбувається на основі встановлених стандартів і зразків і відповідних документів, що регламентують номенклатуру, обсяг, ціни, терміни й види постачання та інші умови.

18. Операції в комерційно-посередницькій діяльності підрозділяють на види:

1	виробничі
2	посередницькі
3	Комерційно-посередницькі
4	комерційні

19. Вставте пропущене поняття:

..... – це певний період часу, протягом якого товар має життєздатність на ринку, тобто користується попитом, знаходиться в обороті і приносить дохід товаровиробникам і продавцям.

20. Життєвий цикл товару складається з таких основних етапів:

1	надходження товару на ринок
2	зростання обсягу продажів
3	етап зрілості
4	етап насичення ринку товаром
5	етап спаду

8. Методи навчання.

При викладанні дисципліни передбачено застосування активних і інтерактивних методів навчання – проблемних та міні-лекцій, семінарів у активній формі, розгляд кейсів. Види навчальних технологій, які використовуються для активізації процесу навчання наведено в таблиці.

Таблиця

Використання навчальних технологій для активізації процесу навчання

Методики активізації процесу навчання	
Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів і характеризуються виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При читанні лекцій студентам даються питання для самостійного розмірковування, яке відіграє активізуючу роль, примушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді	
Кейс-метод (метод аналізу конкретних ситуацій) дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд проблемних управлінських ситуацій.	

9. Форми контролю.

За місцем, яке посідає контроль у процесі вивчення “Комерційна діяльність” можна виділити поточний, рубіжний і підсумковий контроль.

Поточний контроль знань є органічною частиною всього педагогічного процесу і слугує засобом виявлення ступеня сприйняття (засвоєння) навчального матеріалу. Управління навчальним процесом можливе тільки на підставі даних поточного контролю. Завдання поточного контролю зводяться до того, щоб:

виявити обсяг, глибину і якість сприйняття (засвоєння) матеріалу, що вивчається;

визначити недоліки у знаннях і намітити шляхи їх усунення;

виявити ступінь відповідальності студентів і ставлення їх до роботи, встановивши причини, які перешкоджають їх роботі;

виявити рівень опанування навиків самостійної роботи і намітити шляхи і засоби їх розвитку;

стимулювати інтерес студентів до предмета і їх активність у пізнанні.

Головне завдання поточного контролю – допомогти студентам організувати свою роботу, навчитись самостійно, відповідально і систематично вивчати усі навчальні предмети.

Рубіжний (модульний) контроль знань є показником якості вивчення окремих розділів, тем і пов'язаних з цим пізнавальних, методичних, психологічних і організаційних якостей студентів. Його завдання – сигналізувати про стан процесу навчання студентів для вжиття педагогічних заходів щодо оптимального його регулювання.

Підсумковий контроль являє собою іспит студентів з метою оцінки їх знань і навиків з дисципліни “Комерційна діяльність”.

Основна мета іспиту – встановлення дійсного змісту знань студентів за обсягом, якістю і глибиною і вміннями застосовувати їх у практичній діяльності.

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 екзамен 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	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

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. Кириченко А. В. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Комерційна діяльність». Київ.: 2020.

2. Кириченко А. В. Електронний навчальний курс «Комерційна діяльність» URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2004>

12. Рекомендована література

Основна

1. Комерційна діяльність : підручник / П. Ю. Балабан [та ін.] ; за ред. П. Ю. Балабана ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - видання друге, стереотипне. Харків : Світ Книг, 2019. 452 с.
2. Конспект лекцій з дисципліни "Комерційна діяльність посередницьких підприємств" для підготовки фахівців спеціальності 8.03050701 "Маркетинг" ОС "Магістр" денної та заочної форми навчання : конспект лекцій / Національний університет біоресурсів і природокористування України ; упор. А. В. Рябчик. К. : НУБіП України, 2015. 119 с.

Допоміжна

1. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю: монографія / Л.М.Янчева, Г.Г.Лисак, О.А.Круглова. – Х.:Вид-во І.С.Іванченка, 2016. 210 с.
2. Комерційна діяльність підприємства та управління ризиками її здійснення [Текст] / О. П. Овсак, М. В. Воркель // Економіка. Фінанси. Право. 2018. № 1. С. 32–35.
3. Обґрунтування управлінських рішень у сфері комерційної діяльності на підприємстві оптової торгівлі [Текст] / Г. Г. Лисак // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія "Економічні науки". 2015. № 1 (69), ч. 1. С. 55–60.
4. Оптова торгівля в Україні: монографія / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 208 с.
5. Сталий успіх компанії / Г. Роголь // Управління якістю. 2020. № 10. С. 32–41.
6. Управління комерційною діяльністю підприємств оптової торгівлі : автореф... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Г. Г. Лисак, Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків, 2016. 21 с.
7. Управлінські аспекти підвищення ефективності комерційної діяльності фермерських господарств / А. В. Голубев // Економіка АПК. 2017. № 9. С. 81–87.
8. Формування клієнтоорієнтованої стратегії у підприємствах роздрібною торгівлі [Текст] : автореф... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Р. С. Тихонченко, Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків, 2016. 19 с.

12. Інформаційні ресурси

1. Електронні та друковані видання бібліотеки ім. Вернадського www.nbuv.gov.ua