

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Економічний
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ
вибіркова

Освітньо-професійна програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців Економічний

Мова навчання українська

Розробник: І.Б. Бабух, к.е.н., доцент

Профайл викладача (-ів) <http://mmix.cv.ua/staff/babuh-ilona-borysivna>

Контактний тел. +380661727437

Е-mail: i.babuh@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1529>

Консультації Онлайн консультація: понеділок 17.00-19.00

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни). Дисципліна «Комерційна діяльність» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок щодо обґрунтування сучасних інструментів і методів комерційної діяльності, адаптування їх до реальних умов, проведення об'єктивної оцінки результатів комерційної діяльності та виявлення резервів її вдосконалення на основі прийняття управлінських рішень. Дисципліна орієнтує на розкриття закономірностей суспільного відтворення, економічного зростання та циклічних коливань в економіці на основі обґрунтування сучасних процесів господарських зв'язків та шляхів вирішення проблем в області комерції.

2. Мета навчальної дисципліни набуття майбутніми фахівцями глибоких знань з основ комерційної діяльності та формування у них економічного мислення, адекватного ринковим відносинам, формування навичок в аналізі реальних економічних процесів і прийняття обґрунтованих рішень з приводу проблем товароруку, пов'язаних з практичною діяльністю торгівельних підприємств.

3. Пререквізити. Теоретичною і методологічною базою вивчення дисципліни є: «Менеджмент», «Логістика», економічна політика, організаційні структури управління, конкурентна політика, підприємництво і бізнес культура.

4. Результатом вивчення дисципліни «Комерційна діяльність» є набуття здобувачами освіти за ОП «Маркетинг» таких компетентностей:

<i>Загальні компетентності</i>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Програмні результати навчання за ОП «Маркетинг»:

P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	5	10	4	120	30	15	-	-	75	-	екзамен
Заочна	5	10	4	120	10	2	-	-	108	-	екзамен

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	усьог	у тому числі					усьог	у тому числі					
		о	л	п	лаб	інд		с.р.	го	л	п	лаб	інд
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. Вступ до курсу «Комерційна діяльність»: логіка побудови та основні завдання												
Тема 1. Наукові та методичні основи комерційної діяльності	10	4	2	-	-	4	10	2	-	-	-	8	
Тема 2. Суб'єкти й об'єкти комерційної діяльності	9	2	1	-	-	6	10	2	-	-	-	8	
Тема 3. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	7	2	1	-	-	4	10	2	-	-	-	8	
Тема 4. Інформаційне забезпечення комерційної діяльності	12	2	2	-	-	8	12	-	-	-	-	12	
Тема 5. Комерційна логістика як основа оптимізації товароруху	13	2	1	-	-	10	12	-	-	-	-	12	
Разом за ЗМ1	51	12	7	-	-	32	54	6	-	-		48	
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2. Структура комерційної діяльності в теоретичних побудовах та в торговій практиці												
Тема 6. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку B2B та B2G	13	4	2	-	-	7	12	2	-	-	-	10	
Тема 7. Організація й управління комерційною діяльністю B2C	12	4	2	-	-	6	14	2	2	-	-	10	

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усьог о	у тому числі					усьог го	у тому числі				
л		п	лаб	інд	с.р.	л		п	лаб	інд	с.р.	
Тема 8. Система господарських зв'язків	9	2	1	-	-	6	10	-	-	-	-	10
Тема 9. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	15	4	1	-	-	10	10	-	-	-	-	10
Тема 10. Ефективність і ризику у комерційній діяльності	9	2	1	-	-	6	10	-	-	-	-	10
Тема 11. Сучасні тренди розвитку та напрямки вдосконалення комерційної діяльності	11	2	1	-	-	8	10	-	-	-	-	10
Разом за ЗМ2	69	18	8	-	-	43	66	4	2	-	-	60
Усього годин	120	30	15	-	-	75	120	10	2	-	-	108

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1	Методологічний арсенал дослідження процесів комерційної діяльності
2	Зв'язок курсу з суміжними дисциплінами
3	Особливі види об'єктів комерційної діяльності
4	Розвиток товарного ринку в Україні
5	Комерціалізація інформаційних послуг
6	Бази даних як підґрунтя інформаційної діяльності
7	Критерії та методи оцінки вибору постачальників
8	Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються
9	Сервіс у комерційній логістиці. Класифікація логістичного сервісу
10	Правові основи системи державних закупівель і державних замовлень
11	Комерційні тендери й автоматизація державних закупівель (система Pro-Zorro, RIALTO)
12	Інструменти підвищення ефективності комерційної діяльності на ринку B2B (он-лайн каталогізація комерційних пропозицій, створення корпоративної інформаційної системи (КІС) комерційних суб'єктів)
13	Розробка, структура, порядок надання тендерної документації
14	Специфіка комерційної діяльності на ринку кінцевого споживача B2C
15	Еволюція форматів роздрібної торгівлі
16	Організація господарських зв'язків щодо постачання товарів
17	Укладання договорів способом електронного обміну даними
18	Базові технології електронної комерції

19	Безпека та захист інформації в електронній комерції
20	Переваги електронного страхування
21	Електронні платіжні системи
22	Показники оцінки ефективності функціонування об'єктів роздрібно́ї торгівлі
23	Показники оцінки стану розвитку при ефективності використання складської мережі оптової торгівлі
24	Класифікація та характеристика ризиків, притаманних діяльності торговельного підприємства
25	Специфіка транспортного лізингу
26	Становлення факторингу в Україні. Його переваги над іншими фінансовими інструментами
27	Тенденції та перспективи розвитку франчайзингу в Україні
28	Види й особливості формування франчайзингових систем підприємств
29	Біржева торгівля у процесі ціноутворення оптового ринку
30	Сучасні системи e-commerce для ринку B2C (інтернет-магазини, SMM-маркетинг, Retail Digital Marketing)

** ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни за рішенням кафедри (викладача).*

6. Система контролю та оцінювання

Види та форми контролю

Навчальний матеріал розподілено за 2-ма модулями. Максимальна оцінка за перший модуль складає 25 балів, за другий – 35 балів. Ще 40 балів студент може отримати на екзамені.

Формами поточного контролю є: усна чи письмова відповідь студента.

Формою підсумкового контролю – *екзамен*.

Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання можуть бути:

- письмові контрольні роботи;
- реферати та есе;
- тестування;
- тези;
- фіксовані виступи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

(Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни).

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали).

Оцінювання знань студента під час практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання;
- якість і чіткість викладення міркувань.

Оцінка	Знання	Вміння
5 (відмінно) A (90-100)	<ul style="list-style-type: none">– має всебічні і глибокі знання навчального матеріалу за програмою дисципліни;– засвоїв теоретичні засади фінансового маркетингу, специфіку розв'язання практичних і тестових завдань;– досконало і творчо виконує самостійні, ІНДЗ;– глибоко знає основну літературу, а також періодичні й електронні джерела з комерційної діяльності.	<ul style="list-style-type: none">– вміє вільно виконувати практичні завдання, передбачені програмою;– дає вичерпні, повні, грамотні відповіді на програмні запитання;– вміє використовувати додаткову літературу, словники і довідники;– демонструє навички творчого мислення.
4 (дуже добре) B (80-89) 4 (добре)	<ul style="list-style-type: none">– показав повні і достатні знання навчального матеріалу за програмою курсу, здатний до їхнього поповнення та оновлення в процесі подальшого	<ul style="list-style-type: none">– успішно виконав передбачені програмою практичні завдання без істотних зауважень;

C (70-79)	навчання і практичної діяльності; – засвоїв основні завдання та принципи комерційної діяльності.	– вміє використовувати на практиці програмні настанови, розв'язувати тестові завдання.
3 (задовільно) D D (60-69) 3 (задовільно) E (50-59)	– має знання лише основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання і наступної роботи за спеціальністю; – недосконало дає відповіді на теоретичні питання дисципліни і розв'язує практичні завдання з помилками, але володіє необхідними знаннями для виправлення помилок під керівництвом викладача.	– виконує практичні завдання в межах програмних вимог; – допускає неточності, помилки при розв'язанні тестів, відповідях на питання; – не може пов'язати теоретичний матеріал із практичними завданнями.
2 (незадовільно) з можливістю перескласти FX (35-49) 2 незадовільно) з обов'язковим повторним курсом F (1-34)	– не володіє системою знань навчального матеріалу дисципліни; – допускає грубі помилки у відповідях; – має недостатній рівень знань для самостійного оволодіння програмним матеріалом без додаткової підготовки.	– не вміє вирішувати передбачені програмою практичні завдання або допускає принципові помилки у їх виконанні; – показує невміння орієнтуватися в основній літературі і нормативних матеріалах.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)											Кількість балів (екзамен)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11		
5	5	5	5	5	7	7	7	5	5	4	40	100

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

7. Рекомендована література

Базова

1. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник. Харків: Світ Книг, 2015. 452 с.
2. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність, маркетинг і логістика: навч. посіб. К.: ВД «Професіонал», 2012. 288 с.
3. Башнянин Г.І. Комерційно-посередницька діяльність на товарному ринку: навч. посіб. К.: Кондор, 2014. 416 с.
4. Бобков А. Л., Карпусь Н. П. Коммерческая деятельность фирмы. М.: СИНТЕГ, 2017. 144 с.
5. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник. М.: Феникс, 2015. 217 с.
6. Власова Н. О. Формування ефективності закупівельної політики підприємств: навч. посіб. Харків: Спектр, 2012. 144 с.
7. Вовчак О. Д. Рудевська В. І., Спіфанова А. Л. Факторинг: навч. посібник. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. 299 с.
8. Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: учебное пособие. М.: Магистр, 2017. 464 с.
9. Закон України «Про електронну комерцію». *Відомості Верховної Ради*. 2015. № 45. С. 410.
10. Єршова Н. Ю., Портна О. В. Аналіз господарської діяльності: теорія і практикум. Львів: Магнолія, 2014. 225 с.
11. Иванов Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник. М.: Академия, 2016. 272 с.
12. Коммерческая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалаврата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М. : Юрайт, 2018. 404 с.
13. Крикавський Є. Логістика для економістів: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 476 с
14. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
15. Кузьмін О. Є., Мирончук Т. В., Салата І.З., Марчук Л. В. Франчайзинг: навчальний посібник. / за ред. О. Є. Кузьміна. К. : Знання, 2011. 267 с.
16. Курило М. П., Завальний В. М., Завальний М. В. Комерційне право: підручник. К.: Університетська книга, 2014. 237 с.
17. Організація торгівлі: підручник / за ред. Апопія В. В. К.: Центр учбової літератури, 2013. 632 с.
18. Панкратов, Ф. Г., Солдатова Н. Ф. Коммерческая деятельность: учебник. М. : Мир, 2017. 500 с.
19. Павлова В. А. Комерційне товарознавство: навчальний посібник. ВК : Кондор, 2012. 286 с.
20. Шалева О. І. Електронна комерція: посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2017. 216 с.
21. Филевич Л. Г Комерційна діяльність: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.

Допоміжна

1. Бабух І. Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород. 2016. Вип. 10. Ч. 1. С. 23-26.
2. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show-436-15>.
3. Диянова С. Н., Денисова Н. И. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебное пособие. М.: Магистр, 2015. 382 с.
4. Жегус О. В., Попова Л. О., Парцирна Т. М. Теорія і практика ціноутворення у системі маркетингу: монографія. Х.: ХДУХТ, 2013. 250 с.
5. Комерційна діяльність: поняття, зміст та цілі. URL: http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econo-nom_pidpr/19779/.
6. Комерційна діяльність на сучасному етапі переходу до ринку: роль та завдання. URL: http://osvita-ua/vnz/reports/econom_pidpr/197784.
7. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / за ред. проф. І. М. Буднікевич. К : Центр учбової літератури, 2013. 536 с.
8. Мішеніло Г. А., Матвеев Ю. Т. Дослідження ринку: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2015. 185 с.
9. Babukh I. Commercialization of market innovations as exclusive task of innovative marketing. *Marketing and management of innovations = Маркетинг і менеджмент інновацій*. Суми: Сумський державний університет. 2017. № 3. С. 15-22
10. Joel Mokyr *The Economics of the Industrial Revolution (Routledge Revivals)*, London. 2018, 282 p.
11. Pochenchuk G., Babukh I., Baraniuk D. Innovations of the Digital era and economic choice. *The USV Annals of Economics and Public Administration*. 2018. Vol 18. No 1 (27). P. 63-69.
12. Waldman, Don E. Jensen Elizabeth J. *Industrial organization: theory and practice*. 2016, 42 p.

6. Інформаційні ресурси

1. <http://www.rada.kiev.ua> – Верховна рада України.
2. <http://www.gov.ua> – Кабінет міністрів України.
3. <http://www.me.gov.ua> – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.
4. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики.
5. <http://www.zet.in.ua> – Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України.
6. <http://www.ubp.com.ua> – український бізнес портал.
7. <http://www.cia.gov> – The Central Intelligence Agency.
8. <http://www.incoterms.zed.ua/> – ІНКОТЕРМС 2010: офіційні правила міжнародних контролю термінів торговельних умов.
9. <https://iccwbo.org/> – Міжнародна торгова організація.
10. <https://ucco.org.ua/> – Торгово-промислова палата України.
11. <https://prozorro.gov.ua/> - портал PROZORRO.
12. <https://eu-ua.org/> – Євроінтеграційний портал.

13.<https://epo.org.ua/> – Офіс з просування експорту України.