

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана економічного факультету
доц. Р.І. Грешко
«02» вересня 2024 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Вибіркова

Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти:	перший (бакалаврський)
Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців	Економічний
Мова навчання	Українська

Чернівці 2024 рік

Навчальна програма дисципліни «Комерційна діяльність» складена відповідно до вимог освітньої програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) освітнього рівня, спеціальності 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування (затверджена протоколом № 12 від «02» вересня 2024 рр.)

Розробник: к.е.н., доцент Бабух І.Б., кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку


Погоджено з гарантом ОП і затверджено на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Протокол № 1 від 12 серпня 2024 року

Завідувач кафедри  проф. І.М. Буднікевич

Схвалено методичною радою економічного факультету

Протокол № «1» від 12 серпня 2024 року

Голова методичної ради економічного факультету  Р.І. Грешко

1. Мета навчальної дисципліни полягає в забезпеченні майбутніх фахівців з маркетингу теоретичними знаннями та практичними навичками з комерційної діяльності. Важливою частиною курсу є формування економічного мислення, яке відповідає сучасним ринковим відносинам і тенденціям. Курс спрямований на розвиток навичок аналізу реальних економічних процесів, вміння ідентифікувати й оцінювати економічні проблеми, а також приймати обґрунтовані рішення для ефективного управління й оптимізації комерційної діяльності. У навчальному процесі особлива увага приділяється практичним кейсам, сучасним економічним моделям та інструментам, які допомагають студентам застосовувати теоретичні знання в реальних умовах бізнесу і комерції.

2. Результати навчання. Результатом вивчення дисципліни «Комерційна діяльність» студенти повинні

знати:

- сутність та основні поняття комерційної діяльності;
- сутність і технології оптової та роздрібної торгівлі;
- види договорів, які укладаються в комерційній діяльності;
- критерії вибору постачальників;
- сутність «комерційної логістики», принципи організації, основні положення логістики як теорії управління матеріальними та інформаційними потоками;
- основи товарообігу в комерційній діяльності;
- законодавче підґрунтя комерційної діяльності;
- сутність основних категорій економічних ризиків, класифікацію економічних ризиків, а також методичні підходи щодо аналізу й оцінки ризиків і методів вимірювання економічних ризиків;
- методику аналізу комерційної діяльності.

уміти:

- самостійно проводити кон'юнктурні дослідження ринків;
- застосовувати технології комерційної діяльності;
- використовувати основні положення логістики для оптимізації потоків залежно від умов функціонування підприємств;
- оцінювати показники комерційної діяльності та ефективності обслуговування споживачів;
- розробляти заходи з формування попиту споживачів на продукцію і послуги;
- визначати принципи формування та оптимізації асортименту у діяльності комерційних суб'єктів;
- використовувати технології електронної комерції;
- орієнтуватись в ризикових ситуаціях, пов'язаних з різними видами підприємницької і господарської діяльності, розпізнавати ризик, давати йому якісну та кількісну оцінку, робити прогноз щодо оптимального господарювання, а також обирати доцільні напрямки виходу з ризикових ситуацій.

3.3. План лекційних занять курсу «Комерційна діяльність»

Теми	Год.
<p style="text-align: center;">Тема 1. Вступ у комерційну діяльність</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття, суть та роль комерційної діяльності. 2. Комерційні процеси та операції. 3. Функції, основні принципи комерційної діяльності. 4. Фактори впливу на розвиток комерційної діяльності. 5. Концепція комерційної діяльності. 	2
<p style="text-align: center;">Тема 2. Суб'єкти й об'єкти комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика об'єктів комерційної діяльності. 2. Суб'єкти комерційної діяльності. 	4
<p style="text-align: center;">Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та характер господарських зв'язків у торгівлі. 2. Система, структура та класифікація господарських зв'язків в сучасних умовах ринку. 3. Регулювання господарських зв'язків. 	2
<p style="text-align: center;">Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття товарного ринку. 2. Класифікація товарного ринку. 3. Ринкова інфраструктура та її характеристики. 4. Місце та роль маркетингових посередників в інфраструктурному комплексі товарного ринку. 5. Маркетингові дослідження ринку. 	2
<p style="text-align: center;">Тема 5. Комерційна логістика</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття та сутність комерційної логістики. 2. Сутність закупівельної логістики. 3. Управління запасами. 4. Сервіс у комерційній логістиці. 5. Виробнича логістика. 6. Розподільна логістика. 7. Транспортна логістика. 8. Логістика складування. 9. Логістичні інформаційні системи. 	4
<p style="text-align: center;">Тема 6. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку B2B та B2G</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль та місце оптової торгівлі в ринковій економіці. 2. Типологія та видовий склад суб'єктів оптової торговельної діяльності. 3. Організаційно-економічні особливості здійснення оптового продажу товарів. 4. Система показників розвитку оптового торговельного підприємництва на товарному ринку України. 	4
<p style="text-align: center;">Тема 7. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку формату B2C</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Види і структура роздрібно-торговельної мережі. 2. Класифікація підприємств роздрібно-торгівлі. 3. Формування асортименту товарів у магазинах. 4. Комерційна діяльність щодо організації роздрібно-торгівлі. 5. Основні методи роздрібного продажу товарів. 	4
<p style="text-align: center;">Тема 8. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття про е-комерцію. Її значення для торговельних підприємств та покупців 2. Електронний ринок та організація його роботи. 	2

3. Суб'єкти електронної комерції.	
<p align="center">Тема 9. Ефективність і ризику у комерційній діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття ефекту та ефективності. 2. Види ефективності комерційної діяльності та їх характеристики. 3. Система показників ефективності комерційної діяльності. Їх класифікація. 4. Суть комерційного ризику. 5. Види ризику та їх характеристика. Аналіз та оцінка комерційного ризику. Зони ризик. Вимірювання ризику. 	2
<p align="center">Тема 10. Аналіз комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Значення та завдання аналізу комерційної діяльності. 2. Аналіз реалізації товарів. 3. Аналіз асортименту товарів. 4. Аналіз ринку збуту товарів. 5. Аналіз цінової політики підприємства. 6. Аналіз розповсюдження товарів. 7. Аналіз конкурентоспроможності товарів. 8. Аналіз прибутку від реалізації товарів 	4

3.4. Тематика практичних занять з курсу «Комерційна діяльність»

Теми	Год.
<p align="center">Тема 1. Вступ у комерційну діяльність</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання ролі комерційної діяльності в умовах ринкової економіки та забезпечення її соціального спрямування. 2. Зовнішні та внутрішні чинники впливу на розвиток комерційної діяльності. 3. Системний підхід до організації комерційної діяльності. 4. Законодавча база регулювання комерційної діяльності вітчизняних підприємств. 	2
<p align="center">Тема 2. Суб'єкти й об'єкти комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Об'єкти комерційної діяльності. 2. Суб'єкти комерційної діяльності. 	2
<p align="center">Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Система господарських зв'язків торговельного підприємства. 2. Класифікація господарських зв'язків. 3. Види господарських договорів. 4. Строки та розміри нарахування неустойки. 	4
<p align="center">Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття та економічний зміст товарного ринку. 2. Структурні елементи товарного ринку. 3. Сегментація товарного ринку. 4. Характеристика інфраструктури товарного ринку та її елементів. 5. Роль маркетингових посередників в інфраструктурному комплексі товарного ринку. 	2
<p align="center">Тема 5. Комерційна логістика</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Види та методи закупівель, оплата поставок. 2. Управління запасами. 3. Сервіс у комерційній логістиці. 4. Послуги логістичної інфраструктури. 5. Розподільна логістика: задачі, функції, канали. 6. Логістичні ланцюги. 7. Транспортна логістика: базові документи, регламенти, правила перевезення. 8. Виробнича логістика: концепції та системи. 9. Логістика складування. Класифікація складів, логістичний процес на складі. 	4

<p align="center">Тема 6. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку B2B та B2C</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оптова торгівля у суспільному виробництві. 2. Послідовність здійснення оптової торговельної діяльності. 3. Процес планування комерційної діяльності оптового підприємства. Організаційна структура оптово-комерційного підприємства. Характеристика основних видів торговельно-посередницьких операцій. 4. Система показників розвитку оптового торговельного підприємства на вітчизняному товарному ринку. 	4
<p align="center">Тема 7. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку формату B2C</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Специфіка комерційної діяльності на ринку кінцевого споживача B2C. 2. Роздрібна торгівля як сфера реалізації комерційної діяльності. Функції та принципи розвитку роздрібно торгівлі. Сучасні типи організації роботи роздрібних торговців. 3. Форми та методи роздрібно продажу товарів: магазинна та позамагазинна форми торгівлі, торгівля, що базується на використанні технічних засобів (vending, телемаркетинг; TV-шоппінг; служба замовлень; роздрібна торгівля через Інтернет). 	4
<p align="center">Тема 8. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функціональні можливості е-комерції та її форми. 2. Електронний ринок та характеристика його учасників. 3. Віртуальні підприємства. 4. Електронні платіжні системи. 5. Організація діяльності через Інтернет-аукціони. 6. Комерційна діяльність електронних торговельних майданчиків. 	2
<p align="center">Тема 9. Ефективність і ризики у комерційній діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Етапи оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства. 2. Показники ефективності комерційної діяльності підприємства. 3. Матрична модель комерційної діяльності підприємства. 4. Види ризиків та причини їх виникнення. 5. Система ризиків в комерційній діяльності. 6. Послідовність аналізу ризиків. 	2
<p align="center">Тема 10. Аналіз комерційної діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність аналізу комерційної діяльності. 2. Аналіз асортименту продукції. 3. Етапи аналізу збуту товарів. 4. Етапи аналізу цінової політики підприємства. 5. Етапи аналізу системи розповсюдження товарів. 6. Показники конкурентоспроможності товару. 	4

3.6. ІНДЗ

Теми	Год.
<p>Після вивчення наведеного теоретичного матеріалу та самостійної роботи з рекомендованими літературними джерелами необхідно підготувати і провести дослідження на одну із тем:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особистісні і професійні вимоги до комерційного працівника; - поняття комерційної інформації і комерційної таємниці. Забезпечення захисту комерційної таємниці; - сутність і порядок регулювання господарських зв'язків у торгівлі; - порядок укладання і розірвання договору постачання; - прямі договірні зв'язки торгових підприємств із виробниками товарів та їх ефективність; - організація і технологія оптового продажу товарів; 	до 5

<ul style="list-style-type: none"> - сутність, роль і розвиток біржової торгівлі. Порядок організації товарної біржі; - сутність і організаційні форми аукціонів. Порядок проведення аукціону; - поняття асортименту і торгової номенклатури товарів. - порядок формування і регулювання асортименту товарів на оптових торгових підприємствах; - основні фактори формування торгового асортименту на підприємствах роздрібною торгівлі; - роль сучасної теорії і практики маркетингу в комерційній діяльності; - маркетингові рішення роздрібних торгових підприємств; - поняття і роль реклами на товарному ринку; - організація експортно-імпортних операцій; - порядок митного оформлення і контролю вантажів; - сутність лізингу, його види і порядок висновку лізингового контракту; - поняття факторингу і сфера його застосування. 	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.7. Зміст завдань для самостійної роботи з курсу «Комерційна діяльність»

Теми	Год.
<p style="text-align: center;">Тема 1. Вступ у комерційну діяльність</p> <p><i>1. Опрацювати теоретичні та прикладні аспекти теми:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методологічний арсенал дослідження процесів комерційної діяльності; – зв'язок курсу з суміжними дисциплінами; – особливі види об'єктів комерційної діяльності. <p><i>2. Прочитати та проаналізувати ситуаційні вправи. Дати відповідь на запитання та виконати завдання до кейсової ситуації. Підібрати додатковий матеріал до кейсу.</i></p>	6
<p style="text-align: center;">Тема 2. Суб'єкти й об'єкти комерційної діяльності</p> <p><i>1. Опрацювати теоретичні та прикладні аспекти теми:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – комерційна діяльність виробничих підприємств; – функції торговельних посередників та їх класифікація; – послуга як об'єкт комерційної діяльності. <p><i>2. Вирішити письмово комерційні ситуації.</i></p>	3
<p style="text-align: center;">Тема 3. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності</p> <p><i>1. Опрацювати теоретичні та прикладні аспекти теми:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – загальні засади оформлення договорів поставки продукції, договору купівлі-продажу товарів; – зміна та розривання договору поставки; – штрафні санкції та порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору. <p><i>2. Прочитати та проаналізувати ситуаційні вправи. Дати відповідь на запитання та виконати завдання до кейсової ситуації. Підібрати додатковий матеріал до кейсу.</i></p>	2
<p style="text-align: center;">Тема 4. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності</p> <p><i>1. Вирішити тестові завдання. Обґрунтувати відповідь.</i></p> <p><i>2. Прочитати та проаналізувати ситуаційну вправу. Дати відповідь на запитання та виконати завдання до кейсової ситуації. Підібрати додатковий матеріал до кейсу.</i></p>	4
<p style="text-align: center;">Тема 5. Комерційна логістика</p> <p><i>1. Опрацювати теоретичні та прикладні аспекти теми:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – потоки в логістичних системах; – основні системи управління запасами; – методи нормування запасів; – система мінімізації запасів на підприємстві; 	2

<ul style="list-style-type: none"> – основні критерії вибору перевізника; – основні транспортні тарифи та правила їх визначення; – інформаційні системи в логістиці; – інформаційні технології в логістиці. <p>2. Прочитати та проаналізувати ситуаційну вправу. Дати відповідь на запитання та виконати завдання до кейсової ситуації. Підібрати додатковий матеріал до кейсу.</p>	
Тема 6. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку B2B та B2G	2
<p>1. <i>Вирішити тестові завдання. Обґрунтувати відповідь.</i></p> <p>2. <i>Вирішити ситуаційні справи.</i></p>	
Тема 7. Організація й управління комерційною діяльністю на ринку формату B2C	2
<p>1. <i>Вирішити тестові завдання. Обґрунтувати відповідь.</i></p> <p>2. <i>Вирішити ситуаційні справи.</i></p>	
Тема 8. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	5
<p>1. <i>Опрацювати теоретичні та прикладні аспекти теми: 1. Електронна звітність. Цифровий підпис в е-комерції 2. Електронний маркетинг. Основні інструменти маркетингової діяльності в е-бізнесі 3. Розробка бізнес-моделей в е-комерції. 4. Електронний PR-менеджмент 5. Оптимізація продажів засобами е-комерції 6. Розвиток е-комерції в Україні 7. Правове регулювання е-бізнесу в Україні 8. Інтелектуальна власність в е-торгівлі 9. Електронна комерція в різних галузях економіки 10. Методи визначення ефективності е-комерції 11. Системи електронного документообігу в е-комерції 13. Організація надання послуг в е-комерції 14. Еволюція бізнесу в Інтернеті 15. Мультиагентні системи е-комерції 16. Організація бізнесу в Інтернеті, секрети успіху 17. Вплив е-бізнесу на життя суспільства</i></p>	
Тема 9. Ефективність і ризики у комерційній діяльності	4
<p>1. <i>Вирішити тестові завдання. Обґрунтувати відповідь.</i></p> <p>2. <i>Вирішити ситуаційні справи.</i></p>	
Тема 10. Аналіз комерційної діяльності	-
<p>3. <i>Вирішити тестові завдання. Обґрунтувати відповідь.</i></p> <p>4. <i>Вирішити ситуаційні справи.</i></p>	

4. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН4 – проєктні завдання (індивідуальні та командні проєкти).

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.

МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

5. Контроль та оцінювання результатів навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Товарознавство та товарна експертиза»

5.1. Підсумкова оцінка формується з балів, отриманих протягом семестру (максимальна кількість – 60), та балів, отриманих на підсумковому контролі –

екзамені (максимальна кількість – 40). Сума оцінок дозволяє сформувати підсумкову оцінку на основі використовуваної числової (рейтингової) шкали. Сума балів проставляється в заліковій відомості. Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами поточного контролю та заліку, дорівнює або перевищує 50.

5.2. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
Зараховано / Відмінно	A (90-100)	відмінно
Зараховано / Добре	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
Зараховано / Задовільно	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незараховано / Незадовільно	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим повторним курсом

5.3. Засоби оцінювання та демонстрування результатів навчання: контрольні роботи; стандартизовані тести; проекти (індивідуальні та командні проекти); аналітичні звіти; реферати; есе; розрахункові, графічні, розрахунково-графічні роботи; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах.

6. Форми поточного та підсумкового контролю

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, самостійної роботи та має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. *Формами поточного контролю є:*

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО3 – аналітичні звіти, реферати, есе.

МО4 – презентації результатів виконання завдань.

МО5 – презентація творчих завдань.

МО7 – командні результати проектних завдань.

МО10 – підсумковий контроль – екзамен.

За семестр студент може отримати максимум 60 балів.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі. Бали, які студент може набрати на заліку (модуль-контроль), розподіляються наступним чином:

- по теоретичному питанню студент отримує від **1 до 7 балів**: **7 балів** ставиться у випадку, якщо студент безпомилково викладає навчальний матеріал, показує розуміння суті поставленого питання, робить власні висновки, пропозиції, використовує матеріали преси, додаткової літератури, законодавчі матеріали; **6-5 балів**, якщо він грамотно розкриває суть поставлених питань, володіє термінами дисципліни, робить спроби аналізу, використовує матеріали преси, додаткової літератури, але допускає несуттєві помилки; **4-2 бали** ставиться студенту, який поверхнево викладає суть навчального матеріалу, не використовує

додаткові джерела інформації, допускає помилки у відповідях на поставлені питання; **0-1** бал – якщо не знає суті поставлених питань, при викладенні навчального матеріалу допускає грубі помилки;

- за кожний вірне визначення (всього – 5 термінів) категорії студент отримує **2 бали**, за частково вірне визначення (не наведено всі аспекти явища, не до кінця розкрита економічна суть) студент отримує **1 бал**;
- за кожну вірну відповідь на тест (всього – 5 тестових завдань) студент отримує **2 бали**;
- за вірну вирішену ситуацію студент отримує **від 1 до 6 балів**: **6** балів ставиться, якщо студент продемонстрував вірний хід вирішення поставлених питань, дійшов вірного висновку та дав власні рекомендації щодо даної комерційної ситуації; **5-4** бали ставиться студентові, якщо він продемонстрував вірний хід вирішення поставлених питань, дійшов вірного висновку, проте не дав / дав помилковій власні рекомендації; **1-3** бали ставиться студентові, якщо він демонстрував вірний хід вирішення ситуації, проте дав невірну відповідь.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)										Кількість балів	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Залік	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	40	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		

7. Список рекомендованої літератури

Базова література

1. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Комерційна діяльність : навч. посібник. Львів : Магнолія-2006, 2017. 332 с.
2. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
3. Дикань В. Л., Каграманян А. О., Каличева Н. Є. Товарознавство та комерційна діяльність : підручник. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
4. Живець А. М., Комліченко О. О., Наконечна В. І. Комерційна діяльність : навчальний посібник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 308 с.
5. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та інтернет-торгівля : навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
6. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. 848 с.
7. Льовкін Г. Г. Комерційна логістика : навчальний посібник. Київ : «Директ-Медіа», 2018. 205 с.
8. Оптова торгівля в Україні : монографія / А.А. Мазаракі, Г.М. Богославець, О.М. Трубей, А.М. Носуліч ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 208 с.
9. Сак Т. В. Комерційна діяльність : курс лекцій. Луцьк : Східноєвропейський

національний університет імені Лесі Українки, 2020. 120 с.

10. Шалева О. І. Електронна комерція : посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2017. 216 с.
11. Янчева Л. М., Лисак Г. Г., Круглова О. А. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю : монографія Х. : Вид-во І. С. Іванченка, 2016. 210 с.

Додаткова література

1. Бабух І. Б., Поченчук Г. М. Цифрова трансформація : поведінкові зміни споживачів та бізнесу. International scientific conference “Development of modern economic science in the context of digitalization” : conference proceedings, December 3-4, 2021. Riga, the Republic of Latvia : Baltija Publishing, 2021. P. 37-40.
2. Бабух І. Б., Царик М. Комерційна діяльність торговельних підприємств : сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Маркетинг: виклики та рішення: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І. Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 14-16.
3. Babukh I., I. Zrybnieva. Assortment policy in the enterprise marketing. *Scientific Journal Economics and Finance*. 2018. Issue 9. P. 10-18.
4. Kraus K., Kraus N., Nikiforov, P., Pochenchuk, G., Babukh, I. (2021). Information and Digital Development of Higher Education in the Conditions of Innovatization Economy of Ukraine. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, Vol. 17, Art. #64. 659-671. URL: <https://wseas.com/journals/ead/2021/b305115-652.pdf>.

8. Інформаційні ресурси

1. Про захист персональних даних : Закон України №2297-VI від 01.06.2012 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>.
2. Про інформацію : Закон України №2657-XII від 02.10.1992 року. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
3. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України : Закон України № 2163-VIII від 05.10.2017 року. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>.
4. <http://www.me.gov.ua> – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.
5. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики.
6. <http://www.zet.in.ua> – Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України.
7. <http://www.ubr.com.ua> – український бізнес портал.
8. <https://iccwbo.org/> – Міжнародна торгова організація.
9. <https://ucci.org.ua/> – Торгово-промислова палата України.
10. <https://prozorro.gov.ua/> - портал PROZORRO.
11. <https://eu-ua.org/> – Євроінтеграційний портал.
12. <https://epo.org.ua/> – Офіс з просування експорту України.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Тема 1

ВСТУП У КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Історія розвитку комерційної діяльності. Комерційна діяльність як суспільно-необхідна функція реалізації економічних відносин. Зростання ролі комерційної діяльності в умовах ринкової економіки та забезпечення її соціального спрямування.

Комерційна діяльність як наукова категорія, процес, функція. Структура комерційної діяльності. Основні види процесів торгівлі. Принципи комерційної діяльності. Зовнішні та внутрішні чинники впливу на розвиток комерційної діяльності. Системний підхід до організації комерційної діяльності.

Законодавча база регулювання комерційної діяльності вітчизняних підприємств. Суть концепції комерційної діяльності.

Тема 2

СУБ'ЄКТИ Й ОБ'ЄКТИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Класифікація суб'єктів комерційної діяльності. Загальна характеристика виробничих підприємств. Комерційна діяльність виробничих підприємств. Сутність, умови і чинники посередництва. Критерії віднесення господарської діяльності до посередництва. Основні функції посередників в ринкових умовах. Типи посередників в комерції та характеристика їх діяльності.

Характеристика об'єктів комерційної діяльності. Класифікація споживчих товарів. Послуга як об'єкт комерційної діяльності. Особливі види об'єктів комерційної діяльності. Основні вимоги до об'єктів комерційної діяльності.

Тема 3

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Організація господарських зв'язків щодо постачання товарів. Елементи господарських зв'язків торгівлі з виробництвом. Етапи господарських зв'язків. Класифікація господарських зв'язків. Види договорів у торгівлі.

Сутність, порядок формування та регулювання господарських зв'язків у торговельній і комерційній діяльності. Оцінка ефективності комерційної угоди з закупівлі товарів. Загальні засади оформлення договорів поставки продукції, договору купівлі-продажу товарів. Зміна і розривання договору поставки. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору. Укладання договорів способом електронного обміну даними.

Тема 4

ТОВАРНИЙ РИНОК ЯК СФЕРА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Поняття та економічний зміст товарного ринку. Класифікація та структурні елементи товарного ринку. Сегментація товарного ринку.

Характеристика інфраструктури товарного ринку та її елементів. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку. Розвиток товарного ринку в Україні.

Показники оцінки стану та розвитку складових інфраструктури товарного ринку. Показники оцінки обсягів діяльності інфраструктури товарного ринку та

їх визначення. Сучасні проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку та шляхи їх вирішення.

Тема 5 **КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА**

Сутність, основні поняття та структура комерційної логістики. Принципи здійснення закупівельної діяльності на основі логістичних підходів. Типи закупівель. Джерела постачання та постачальники товарів. Класифікація постачальників товарів. Критерії та методи оцінки вибору постачальників. Організація договірних відносин з постачальниками товарів. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.

Цілі та задачі логістичного управління закупівлями. Види та методи закупівель, оплата поставок. Управління запасами.

Сервіс у комерційній логістиці. Класифікація логістичного сервісу. Послуги логістичної інфраструктури. Розподільна логістика: задачі, функції, канали. Логістичні ланцюги. Транспортна логістика: базові документи, регламенти, правила перевезення. Виробнича логістика: концепції та системи. Логістика складування. Класифікація складів, логістичний процес на складі.

Принципи побудови сучасних логістичних інформаційних систем в комерції (e-commerce, інтернет-платформи).

Тема 6 **ОРГАНІЗАЦІЯ Й УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА РИНКУ B2B ТА B2G**

Оптова торгівля у суспільному виробництві. Основні завдання оптової торгівлі. Функції оптової торгівлі на мікрорівні. Загальна схема товарообороту. Сутнісні характеристики оптової торговельної діяльності. Основні суб'єкти оптової торговельної діяльності. Порівняльна характеристика оптової торговельної діяльності на ринку продукції виробничо-технічного призначення та ринку товарів споживчого призначення. Порівняльна характеристика торговельних посередників на ринку споживчих товарів. Класифікація суб'єктів оптової торговельної діяльності.

Послідовність здійснення оптової торговельної діяльності. Схема руху при оптовому товарообігу. Процес планування комерційної діяльності оптового підприємства. Організаційна структура оптово-комерційного підприємства. Характеристика основних видів торговельно-посередницьких операцій. Схема здійснення агентських операцій на товарному ринку. Схема здійснення комісійних операцій на товарному ринку. Схема здійснення дилерських операцій на товарному ринку. Чинники формування прибутку при здійсненні оптової торговельної діяльності.

Система показників розвитку оптового торговельного підприємства на вітчизняному товарному ринку.

Тема 7 **ОРГАНІЗАЦІЯ Й УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА РИНКУ ФОРМАТУ B2C**

Специфіка комерційної діяльності на ринку кінцевого споживача B2C. Роздрібна торгівля як сфера реалізації комерційної діяльності. Функції та принципи розвитку роздрібною торгівлі. Еволюція форматів роздрібною торгівлі. Сучасні типи організації роботи роздрібних торговців. Форми та методи

роздрібного продажу товарів: магазинна та позамагазинна форми торгівлі, торгівля, що базується на використанні технічних засобів (vending, телемаркетинг; TV-шоппінг; служба замовлень; роздрібна торгівля через Інтернет).

Особливі форми продажу товарів у роздрібній торгівлі. Методи активізації продажу товарів у роздрібній торгівлі. Категорійний підхід до формування асортименту в роздрібній торгівлі. Мерчандайзинг як інструмент активізації продажів у комерційній діяльності роздрібних підприємств. Сучасні системи e-commerce для ринку B2C (інтернет-магазини, SMM-маркетинг, Retail Digital Marketing).

Тема 8

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Електронна комерція: суть, принципи, сфера застосування. Порівняльний аналіз традиційної та електронної комерційної діяльності. Основні категорії та поняття мережі Internet. Базові технології електронної комерції. Безпека та захист інформації в електронній комерції.

Електронний ринок: характеристика та аналіз його ключових дійових осіб. Основні характеристики Інтернет-ринку: кількісні й якісні аспекти. Інноваційні технології в електронній торгівлі та їх вплив на розвиток ринків. Доступність послуг та прозорість електронних ринків. Послуги, що пропонуються на електронному ринку.

Організація роботи Інтернет-аукціону. Вимоги до Інтернет-аукціону та принципи його діяльності. Суб'єкти й об'єкти Інтернет-аукціону. Діяльність Інтернет-аукціонів в Україні та світі: спільні й відмінні риси. Функції діяльності Інтернет-аукціону. Забезпечуючі служби діяльності Інтернет-аукціону. Характеристика складових інфраструктури Інтернет-аукціону.

Торговельні майданчики як один із ключових елементів сучасного електронного ринку. Сутність та зміст роботи торговельного майданчика. Ідея торгового майданчика: джерела пошуку й етапи комерціалізації. Види торговельних майданчиків, головні класифікаційні критерії. Біржа. Аукціон. Процес створення сайту для е-торгівлі. Дизайн та веб-студії. Послуги дизайн-студій. М-комерція. Переваги та недоліки в роботі електронних торговельних майданчиків. Предмети торгівлі на електронних торговельних майданчиках.

Тема 9

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА РИЗИКИ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Трактування поняття «ефективність». Види ефективності комерційної діяльності. Етапи оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства. Показники ефективності комерційної діяльності підприємства. Матрична модель ефективності комерційної діяльності підприємства. Етапи розрахунку інтегрального показника ефективності комерційної діяльності підприємства.

Суть комерційного ризику. Причини виникнення комерційного ризику. Класифікація ризиків. Структура комерційного ризику. Система ризиків в комерційній діяльності. Причини виникнення фінансових ризиків.

Послідовність аналізу ризиків. Класифікація факторів впливу на комерційні ризики. Характеристика зон ризику комерційної діяльності.. оцінка рівня ризику.

Тема 10

АНАЛІЗ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдання аналізу комерційної діяльності. Завдання аналізу реалізації товарів. Джерела інформації для аналізу реалізації товарів. Етапи аналізу обсягів реалізації товарів (продукції, робіт, послуг). Чинники, що впливають на обсяги реалізації товарів. Способи аналізу товарного асортименту.

Завдання аналізу ринків збуту. Етапи аналізу ринків збуту. Аналіз структури ринків збуту. Завдання аналізу цінової політики. Етапи аналізу цінової політики. Фактори, що визначають цінову політику. Послідовність аналізу методів ціноутворення. Зміст аналізу цінової політики при зміні цін конкурентами. Завдання аналізу системи розповсюдження товарів. Етапи аналізу системи розповсюдження товарів. Завдання аналізу конкурентоспроможності товарів. Параметри товарів. Блок-схема аналізу конкурентоспроможності товарів. Показники конкурентоспроможності товару. Етапи аналізу прибутку від реалізації товарів.