



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Основи комерційної діяльності»

Рівень вищої освіти:	<u>перший</u> <u>(бакалаврський)</u>
Спеціальність:	<u>075 «Маркетинг»</u>
Освітня програма:	<u>«Маркетинг»</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2024-2025 н.р., семестр 3</u>
Курс (рік навчання)	<u>2 (2)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>4</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Ольга СЕМЕНДА
Профайл лектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	olga-semenda@ukr.net
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=753

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	формування у здобувачів вищої здатності розуміння теоретичних основ організації комерційної діяльності підприємств в умовах зростання ринкових ризиків
Завдання курсу	<ul style="list-style-type: none">➤ формування у фахівців стратегічного мислення, використання сучасних інструментів і методів комерційної діяльності, здатності адаптувати їх до реальних умов;➤ формування навичок оптимізації моделей комерційної діяльності, впровадження їх у практику господарської діяльності;➤ об'єктивна оцінка результатів комерційної діяльності та виявлення резервів її вдосконалення;➤ уміння мінімізувати можливі комерційні ризики;➤ ефективне управління комерційною діяльністю, що передбачає використання майбутніми фахівцями тактичних прийомів, адаптованих до ринкової ситуації.
Компетентності	<i>Загальні:</i> <ul style="list-style-type: none">➤ знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. <i>Спеціальні:</i> <ul style="list-style-type: none">➤ здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу➤ здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків
Програмні результати навчання	<ul style="list-style-type: none">➤ пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції / практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)
Змістовний модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг				
Тема 1. Основи комерційної діяльності	4/2	Завдання комерційної діяльності. Комерційні процеси та операції. Функції комерційної діяльності. Принципи комерційної діяльності. Етапи комерційної діяльності.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності	2/2	Суб'єкти комерційної діяльності. Характерні ознаки підприємств. Класифікація суб'єктів комерційної діяльності, Суб'єкти сфери роздрібною торгівлі. Суб'єкти сфери оптової торгівлі. Суб'єкти комерційного посередництва. Правове поле для роботи суб'єктів. Права та обов'язки суб'єктів. Ознаки та завдання виробничого підприємства. Комерційна діяльність виробничих підприємств. Середовище виробничих підприємств. Роздрібна торгівля та роздрібні торговельні підприємства. Основні завдання та функції роздрібною торгового підприємства. Основні види РТП. Стаціонарні РТП. Напівстаціонарні РТП. Пересувні РТП. Поштові РТП. Електронні підприємства. Типи РТП. Перспективні типи і формати РТП. Торговельні мережі. Підприємства оптової торгівлі. Функції оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Напрямки комерційно-посередницької діяльності. Переваги при використанні послуг посередників. Функції торговельних посередників. Класифікація торговельних посередників. Класифікація товару як об'єкту комерційної діяльності. Класифікація споживчих товарів. Послуга як об'єкт комерційної діяльності. Класифікація послуг.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 3. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	2/2	Поняття про товарний ринок. Класифікація товарного ринку. Сегментація товарного ринку. Показники параметрів товарного ринку. Поняття про ринкову інфраструктуру. Види діяльності та функції ІТР. Характеристика елементів ІТР. Показники ІТР. Складові окремих блоків ІТР. Напрямки маркетингової роботи.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3

		Принципи маркетингових досліджень. Етапи маркетингових досліджень. Структура звіту про комплексне дослідження ринку. Поняття про ефект та ефективність. Класифікація ринкових чинників.		
Тема 4. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності	2/2	Суть господарських зв'язків. Характер господарських зв'язків. Система господарських зв'язків. Структура господарських зв'язків. Класифікація господарських зв'язків. Регулювання господарських зв'язків на макрорівні. Регулювання господарських зв'язків на мікрорівні. Класифікація господарських договорів. Сутність прямих господарських зв'язків. Ефективність прямих господарських зв'язків. Методика розрахунку можливості переходу на прямі зв'язки.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Модульний контроль				8
Змістовний модуль 2. Особливості комерційної діяльності				
Тема 5. Особливості роботи комерсанта у процесі комерційних перемовин	2/2	Комерційні перемовини та їх організація. Організаційна складова комерційних перемовин. Організація змістовної частини комерційних перемовин. Організація ділового етикету комерційних перемовин. Перемовини з американськими, англійськими, французькими, іспанськими, німецькими, скандинавськими, японськими, південнокорейськими, китайськими, арабськими, російськими партнерами. Основні підходи підготовчого періоду. Психологічна і тактична підготовка. Окремі кроки підготовчого періоду. Психологічні прийоми проведення перемовин. Короткострокові перемовини. Тривалі перемовини.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 6. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності	2/2	Сутність закупівельної роботи. Роль закупівельної роботи. Структура закупівельної роботи. Види і класифікація попиту. Етапи вивчення попиту. Види планування закупівель товарів. Етапи проведення планування закупівель товарів. Джерела постачання товарів. Класифікація постачальників товарів. Вибір постачальників товарів. Критерії вибору постачальників товарів. Методи оцінки постачальників товарів. Розрахунок оптимального розміру замовлення. Способи оптових закупівель товарів.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 7. Особливості комерційної діяльності на	2/2	Товарна біржа як організатор оптового обороту. Права та обов'язки товарної біржі. Класифікація товарних бірж.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних	3

товарній біржі		Функції товарних бірж. Біржовий торг і біржова операція. Учасники біржових торгів. Біржові товари. Порядок формування біржових цін. Місце проведення біржових торгів. Час проведення біржових торгів. Підготовка біржових торгів. Проведення біржових торгів. Порядок проведення електронних біржових торгів. Біржові операції і угоди. Порядок укладання біржових угод. Порядок реєстрації і оформлення угод. Відповідальність за порушення правил біржової торгівлі. Біржові жести. Біржовий жаргон.	занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	
Тема 8. Комерційна робота на ярмарках, виставках, аукціонах і тендерах	2/2	Суть виставок та ярмарків. Суб'єкти виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація виставок і ярмарків. Вимоги до проведення виставок і ярмарків. Організація проведення виставок і ярмарків. Суть і види аукціонів. Предмет, об'єкти і суб'єкти аукціону. Порядок проведення аукціону. Суть і основні поняття тендеру. Етапи проведення тендеру. Форми проведення тендеру. Суть договору про закупівлю на тендерних торгах.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Модульний контроль				8
Змістовний модуль 3. Комерційна діяльність при торгівлі й обміну товарами та послугами				
Тема 9. Комерційна діяльність підприємств щодо організації продажу товарів	2/2	Проблеми оптового продажу товарів. Класична структура оптового продажу. Формування торгового асортименту. Розробка умов та укладання договорів. Облік і контроль продажу. Рекламно-інформаційна робота. Основні форми оптового продажу товарів. Основні методи складської форми продажу товарів. Сутність дрібнооптового продажу. Дрібнооптовий продаж товарів на ринках. Дрібнооптовий продаж товарів у магазинах-складах. Дрібнооптовий продаж товарів через посилкову торгівлю. Дрібнооптовий продаж через віртуальні підприємства. Операції підготовчого характеру. Блок операцій забезпечуючого характеру. Блок операцій роздрібного продажу. Блок операцій заключного характеру. Методи магазинної форми торгівлі. Продаж «через прилавок». Продаж методом «самообслуговування». Продаж методом «за зразками». Продаж методом «за попередніми замовленнями». Продаж методом «з індивідуальним обслуговуванням». Продаж методом «відкрита викладка». Методи поза магазинної форми торгівлі. Продаж на ярмарках	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3

		та базарах. Продаж через посилкову торгівлю. Електронний продаж. Телевізійний продаж. Продаж через торгові автомати. Парадоксальний продаж.		
Тема 10. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	2/2	Поняття про електронну комерцію. Основні напрямки діяльності. Основні системи ЕК. Значення ЕК для продавців і покупців. Роль системи ЕК. Інфраструктура ЕК. Мережа Інтернет як елемент інфраструктури ЕК. Технічний елемент інфраструктури ЕК. Технологічна складова інфраструктури ЕК. Основні форми ЕК. Форми ЕК : B2B, B2C, C2C, G2C, G2B. Розвиток ЕК. Проблеми розвитку ЕК, Проблеми оподаткування ЕК. Проблеми безпеки розвитку ЕК. Проблеми урегульованості фінансових стосунків.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 11. Логістичні операції в процесі товаропостачання	2/2	Логістичні функції. Логістичні системи. Класифікація логістичних систем. Матеріальні потоки логістичної системи. Фінансові потоки логістичної системи. Інформаційні потоки логістичної системи. Сутність товарних запасів. Класифікація товарних запасів. Методи управління товарними запасами. Логістична система управління товарними запасами. Нормування товарних запасів. Облік і контроль товарних запасів. Регулювання товарних запасів. Товаропостачання підприємств. Принципи товаропостачання. Чинники ефективності товаропостачання. Управління товаропостачанням. Розрахунок потреби у товарі. Вибір джерел товаропостачання. Форми і методи товаропостачання. Оформлення товаропостачання. Угоди із транспортними підприємствами. Графіки та маршрути товаропостачання. Приймання товарів за кількістю і якістю. Поняття про просування товару. Маркетингові стратегії. Критерії вибору стратегії товаропросування. Одночасне використання Pull і Push стратегії.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 12. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними	2/2	Визначення товарного асортименту. Класифікація товарного асортименту. Визначення товарної номенклатури. Етапи формування асортименту товарів. Чинники, які впливають на формування асортименту товарів. Формування асортиментних моделей. Регулювання асортименту товарів. Сутність асортиментної політики.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3

		Зміст асортиментної політики.		
Тема 13. Рекламно-інформаційна складова комерційної діяльності	2/2	Поняття реклами. Види реклами. Функції реклами. Реклама на етапах життєвого циклу товарів. Організація рекламної діяльності. Стадії рекламної діяльності. Планування рекламних заходів. Рекламні кампанії. Етапи рекламних кампаній. Ефективність рекламних кампаній. Економічна ефективність реклами. Психологічна ефективність реклами. Вимоги до комерційної інформації. Технічні засоби інформаційного забезпечення. Інформаційні системи. Захист комерційної інформації.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Тема 14. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	2/2	Поняття про ризики. Методи визначення міри ризику. Характеристика методів контролю за ризиками. Види ефективності комерційної діяльності. Система показників ефективності комерційної діяльності. Поняття конкуренції та конкурентоспроможності. Методи оцінки конкурентоспроможності.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення, підготовка до практичних занять згідно рекомендацій наведених в методичних матеріалах, проходження тестування в системі дистанційного навчання Moodle	3
Модульний контроль				8
Реферат				4
Всього за 3 семестр	30/28			70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту підсумкового контролю (іспиту) здобувач може набрати максимально 70 балів. На підсумковому контролі (іспит) здобувач може набрати максимально 30 балів, що в сумі і дає 100 балів.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

Розподіл балів які отримують здобувачі

Види роботи	Змістовний модуль 1				МК1	Змістовний модуль2				МК2	Змістовний модуль 3						МК3	Екзамен	Сума
	T1	T2	T3	T4		T5	T6	T7	T8		T9	T10	T11	T12	T13	T14			
активність на практичних (семінарських) заняттях	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1			
виконання с.р.:	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2	2	2	2			
виконання реферату	4																		
	3	3	3	3	8	3	3	3	3	8	3	3	3	3	3	3	8		
Разом	20					20					26							30	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. *Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine*, 28(2), P.189-197.
2. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, vol. 19. P.558-570.
3. Апопій В.В., Бабенко С.Г., Гончарук Я.А. та ін. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг. Підручник К.: НМЦ «Укоопосвіта». 2002. 458 с.
4. Апопій В.В., Міщук І., Рудницький С. та ін. Ринки в системі внутрішньої торгівлі України: монографія. Львів: Вид-во ЛКА. 2012. 416 с.
5. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: підручник. К.: ЦУЛ. 2009. 632 с.
6. Апопій В.В., Міщук І.П., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Теорія і практика торговельного обслуговування: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури. 2005. 459 с.
7. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник. Харків: Світ книг, 2015. 452.
8. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник. Вид. 3-тє, перероб. і доп. К. КНЕУ. 2011. 543 с.
9. Башнянин Г.І. Комерційно-посередницька діяльність на товарному ринку: навч. посібн. К.: Кондор, 2014. 416с.
10. Береза А.М, Козак І.А., Шевченко Ф.А. та ін. Електронна комерція: навч. посіб. К.: КНЕУ. 2002. 326 с.
11. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: монографія. К.: ЦНЛ. 2004. 807 с.
12. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. 2-ге вид., переробл. та допов. К.: Книга. 2012. 680с.
13. Грищенко І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: навч. посібник. К.: КНУТД. 2005. 80 с.
14. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: навч. посібник. К.: КНУТД. 2006. 304 с.
15. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: навч. посібник. К.: Національна академія управління. 2006. 348с.
16. Єрмошенко М.М., Стороженко О.А. Комерційна діяльність малих підприємств: навч. посібник. К.: Національна академія управління. 2003. 147с.
17. Комерційна діяльність: підруч. / За ред. проф. В. В. Апопія. Вид.2-ге, перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 558 с.
18. Копич І.М., Несугля О.О. та ін. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія. Львів: «Новий світ - 2000». 2014. 565 с.
19. Кузьмін О.Є, Горбаль Н.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посібник / Національний ун-т «Львівська політехніка». Л.: Видавництво Національного ун-ту «Львівська політехніка». 2004. 188 с.

20. Куцик П.О., Вірт М.Я. Організаційно-економічний механізм функціонування оптової торгівлі в ринковому середовищі: монографія. Львів: Вид-во ЛКА. 2011. 320 с.
21. Михайленко О.М. Адаптація потенціалу торговельних систем до потреб регіонального ринку. Канд.дис. Полтава. 2010. 273 с.
22. Про товарну біржу. Закон України №1956-ХІІ від 10 грудня 1991 року.
23. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. №1(28). 2021. С.42-46.
24. Семенда Д.К., Семенда О.В. Інтернет-торгівля як елемент сучасної електронної комерції в Україні. The I International Science Conference on Multidisciplinary Research, January 19–21, 2021, Berlin, Germany. 1102 p. 430-433pp.
25. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. №1 (51). 2021. С.208-212.
26. Семенда Д.К., Семенда О.В. Проблеми захисту прав споживачів при здійсненні електронної комерції в Україні. The 5 th International scientific and practical conference “World science: problems, prospects and innovations” (January 27-29, 2021) Perfect Publishing, Toronto, Canada. 2021. 1300 p. 1032-1038p. URL: <https://sci-conf.com.ua/v-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-world-science-problems-prospects-and-innovations-27-29-yanvarya-2021-goda-toronto-kanada-arhiv/>
27. Семенда Д.К., Семенда О.В. Роль держави у розвитку підприємництва в Україні. *Наукові інновації та передові технології*. №2(4). 2022. С.230-239.
28. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Логістика та її роль в підвищенні економічної ефективності реалізації продукції рослинництва. Молодий вчений. №1. 2021. С.185-190.
29. Семенда О.В. Мобільна комерція: основні аспекти. Scientific Collection «InterConf», (108): with the Proceedings of the 5 th International Scientific and Practical Conference «Experimental and Theoretical Research in Modern Science» (May 16-18, 2022). Kishinev, Moldova: Giperion Editura, 2022. 303 p. P.30-34. Available at: <https://interconf.top/documents/2022.05.16-18.pdf>
30. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. *Підприємництво та інновації*. №24. 2022. С.108-112.
31. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М., Мітяєва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навч. посібник. Харків:ХДУХТ. 2014. 225 с.
32. Цивільний кодекс України. Станом на 03.09.2014 р. К.: ЦУЛ. 2014. 270 с.
33. Чорна М.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. Харків: ХДУХТ. 2010. 426 с.
34. Юдін О.М., Макарова М.В., Лавренюк Р.В. Системи електронної комерції: створення, просування, розвиток: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ. 2011. 201 с.