


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

 Оксана ПЕНЬКОВА

«07» серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Освітній рівень: перший (бакалаврський)

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

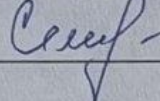
Освітня програма: Маркетинг

Факультет: Економіки і підприємництва

Умань – 2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 *Маркетинг* освітньої програми *Маркетинг*. Умань: Уманський національний університет садівництва, 2024. 20с.


Розробник: Ольга СЕМЕНДА, к.е.н. доцент


_____ Ольга СЕМЕНДА

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від «07» серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри маркетингу

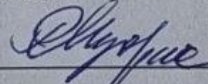

_____ Оксана ПЕНЬКОВА

«07» серпня 2024 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва

Протокол від «08» серпня 2024 року № 1

Голова


_____ Руслан МУДРАК

«08» серпня 2024 року

© УНУС, 2024 рік

© Семенда О.В., 2024 рік

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній рівень, назва освітньої програми	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: <u>07 Управління та адміністрування</u>	Обов'язкова	
	Спеціальність: <u>075 Маркетинг</u>		
Модулів – 1	Освітній рівень: <u>перший (бакалаврський)</u> Освітня програма <u>Маркетинг</u>	Рік підготовки	
Змістових модулів – 3		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 120 год.		Семестр	
		3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3,5 самостійної роботи студента – 3,5		Лекції	
		32 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		28 год.	4 год.
		Лабораторні	
		-	-
	Самостійна робота		
	60 год.	108 год.	
Вид контролю: екзамен			

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності» розроблена відповідно до Положення про методичне забезпечення освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва (схвалено Вченою радою УНУС, протокол №1 від 08.10.2020, із змінами та доповненнями від 11.07.2024, протокол № 8).

Навчальна дисципліна «Основи комерційної діяльності» належить до обов'язкових дисциплін, вивчення яких передбачено освітньо-професійною програмою «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів системи теоретичних знань і практичних навичок з основ комерційної діяльності, необхідних для ефективного управління бізнес-процесами в сфері маркетингу та торгівлі, а також розвиток здатності приймати обґрунтовані рішення в умовах динамічного ринкового середовища.

Завдання дисципліни:

- формування у фахівців стратегічного мислення, використання сучасних інструментів і методів комерційної діяльності, здатності адаптувати їх до реальних умов;
- 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.

Предметом дисципліни є теоретичні засади та практичні аспекти організації і здійснення комерційної діяльності підприємств в умовах ринкової економіки. У зв'язку з цим об'єктом вивчення курсу є комерційна сторона процесу руху товарів від виробника до споживача, а основними суб'єктами комерційної діяльності виступають як сам підприємець, так і його можливі контрагенти - держава, наймані робітники, партнери по бізнесу, споживачі.

Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі освітньо-наукової програми: пререквізитами для ефективного вивчення дисципліни «Основи комерційної діяльності» є «Політична економія» та «Мікроекономіка»; кореквізитами - «Макроекономіка», «Маркетинг», «Поведінка споживачів», «Правознавство»; постреквізитами - «Економіка підприємства», «Логістика», «Управління каналами розподілу».

Вивчення навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності» передбачає формування та розвиток у здобувачів компетентностей і програмних результатів навчання відповідно до освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця компетентностей і програмних результатів навчання, що формуються під час вивчення навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності»

Шифр компетентності	Компетентності	Шифр програмних результатів навчання	Програмні результати навчання
Загальні компетентності (ЗК)			
ЗК 6	знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	ПРН 6	визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)			
СК 5	здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу	ПРН 6	визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності

Методи навчання та засоби діагностики, що відповідають визначеним результатам навчання за навчальною дисципліною «Основи комерційної діяльності», наведено в табл. 2, 3.

Таблиця 2

Результати, методи навчання та методи контролю за навчальною дисципліною «Основи комерційної діяльності»

Результати навчання за навчальною дисципліною	Методи навчання	Методи контролю
1	Знання:	
1.1	критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання (реферат), індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання
		поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль

2	Уміння/навички:		
2.1	розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання (реферат), індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання	поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль

Таблиця 3

Методи навчання та методи контролю програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності»

Програмний результат навчання		Метод навчання	Методи контролю
ПРН 6	визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання (реферат), індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання	поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовний модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг

Тема 1. Основи комерційної діяльності

Поняття, сутність та роль комерційної діяльності. Функції, основні принципи та структурні елементи комерційної діяльності.

Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності

Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Загальна характеристика виробничих підприємств. Характеристика підприємств роздрібної торгівлі. Торговельні мережі на ринку товарів та послуг. Підприємства оптової торгівлі: функції та класифікація. Посередники у комерційній діяльності. Характеристика об'єктів комерційної діяльності.

Тема 3. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності

Поняття та характеристика товарного ринку. Ринкова інфраструктура та її характеристика. Маркетингові дослідження ринку - початкова фаза комерційної діяльності. Ринкові чинники впливу на ефективність комерційної діяльності підприємств.

Тема 4. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності

Суть та характер господарських зв'язків у торгівлі, чинники, що їх формують. Система, структура та класифікація господарських зв'язків в умовах ринку. Порядок регулювання господарських зв'язків. Прямі господарські зв'язки у сфері торгівлі.

Змістовний модуль 2. Особливості комерційної діяльності

Тема 5. Особливості роботи комерсанта у процесі комерційних перемовин

Організаційна складова комерційних перемовин. Характеристика підготовчого періоду. Психологічна складова процесу перемовин. Тактика проведення коротко- та довгострокових перемовин.

Тема 6. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності

Сутність, роль та структура закупівельної роботи. Методи, способи та прийоми вивчення купівельного попиту. Планування закупівель товарів. Джерела постачання та постачальники товарів. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товару, що закуповуються. Способи оптових закупівель товарів.

Тема 7. Особливості комерційної діяльності на товарній біржі

Товарні біржі: їх класифікація та функції. Порядок ведення торгів на товарній біржі. Комерційне забезпечення біржових угод та операцій. Біржова мова жестів та біржовий жаргон.

Тема 8. Комерційна робота на ярмарках, виставках, аукціонах і тендерах

Організація роботи оптової ярмарки та виставки-продажу. Комерційна робота на аукціонах. Комерційна робота на тендерах.

Змістовний модуль 3. Комерційна діяльність при торгівлі й обміні товарами та послугами

Тема 9. Комерційна діяльність підприємств щодо організації продажу товарів

Класична структура процесу оптового продажу товарів. Форми та методи оптового продажу товарів. Дрібнооптовий продаж товарів. Класична структура процесу роздрібного продажу товарів.

Тема 10. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності

Поняття про е-комерцію. Її значення для торговельних підприємств та покупців. Техніко-технологічна складова е-комерції. Характеристика основних форм е-комерції. Проблеми розвитку е-комерції в Україні.

Тема 11. Логістичні операції в процесі товаропостачання

Логістичні функції та логістичні системи. Управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками підприємств. Управління товарними запасами. Логістичні підходи до управління товарними запасами. Форми і методи товаропостачання підприємств. Маркетингові стратегії просування товарів.

Тема 12. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами

Поняття про товарний асортимент і номенклатуру товарів. Комерційна діяльність з формування асортиментних моделей. Регулювання асортименту товарів в торгівлі. Сутність та зміст асортиментної політики.

Тема 13. Рекламно-інформаційна складова комерційної діяльності

Суть та основні функції реклами. Організація та планування рекламної роботи підприємства. Поняття про ефективність реклами. Методи її визначення. Інформаційна складова комерційної діяльності підприємства.

Тема 14. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств

Поняття про ризики. Методи оцінки комерційних ризиків. Управління комерційними ризиками. Система показників та методика визначення ефективності комерційної діяльності. Конкурентоспроможність комерційного підприємства.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	с	с.р.		л	с	с.р.
<u>Змістовний модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг</u>								
Тема 1. Основи комерційної діяльності	10	4	2	4	10	1	-	9
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності	8	4	2	2	8	-	1	7
Тема 3. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	8	2	2	4	8	-	1	7
Тема 4. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності	8	2	2	4	8	1	-	7
<i>Разом за модулем 1</i>	34	12	8	14	34	2	2	30
<u>Змістовний модуль 2. Особливості комерційної діяльності</u>								
Тема 5. Особливості роботи комерсанта у процесі комерційних перемовин	8	2	2	4	8	1	1	6
Тема 6. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності*	8	2	2	4	8	1	1	6
Тема 7. Особливості комерційної діяльності на товарній біржі	8	2	2	4	8	-	-	8
Тема 8. Комерційна робота на ярмарках, виставках, аукціонах і тендерах	8	2	2	4	8	-	-	8
<i>Разом за модулем 2</i>	32	8	8	16	32	2	2	28
<u>Змістовний модуль 3. Комерційна діяльність при торгівлі й обміну товарами та послугами</u>								
Тема 9. Комерційна діяльність підприємств щодо організації продажу товарів	9	2	2	5	9	1	-	8
Тема 10. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	9	2	2	5	9	-	-	9
Тема 11. Логістичні операції в процесі товаропостачання	9	2	2	5	9	1	-	8
Тема 12. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами	9	2	2	5	9	1	-	8
Тема 13. Рекламно-інформаційна складова комерційної діяльності	9	2	2	5	9	-	-	9
Тема 14. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	9	2	2	5	9	1	-	8
<i>Разом за модулем 3</i>	54	12	12	30	54	4	-	50
<i>Усього годин</i>	120	32	28	60	120	8	4	108

*залучений стейкхолдер для спільного проведення аудиторного заняття на англійській мові.

5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин	
	денна форма	заочна форма
<u>Змістовний модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг</u>		
Тема 1. Основи комерційної діяльності	2	-
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності	2	1
Тема 3. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	2	1
Тема 4. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності	2	-
<i>Разом за модулем 1</i>	8	2
<u>Змістовний модуль 2. Особливості комерційної діяльності</u>		
Тема 5. Особливості роботи комерсанта у процесі комерційних перемовин	2	1
Тема 6. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності	2	1
Тема 7. Особливості комерційної діяльності на товарній біржі	2	-
Тема 8. Комерційна робота на ярмарках, виставках, аукціонах і тендерах	2	-
<i>Разом за модулем 2</i>	8	2
<u>Змістовний модуль 3. Комерційна діяльність при торгівлі й обміні товарами та послугами</u>		
Тема 9. Комерційна діяльність підприємств щодо організації продажу товарів	2	-
Тема 10. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	2	-
Тема 11. Логістичні операції в процесі товаропостачання	2	-
Тема 12. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними	2	-
Тема 13. Рекламно-інформаційна складова комерційної діяльності	2	-
Тема 14. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	2	-
<i>Разом за модулем 3</i>	12	-
<i>Усього годин</i>	28	4

6. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ (не передбачено)

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ (не передбачено)

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин	
	денна форма	заочна форма*
<u>Змістовний модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг</u>		
<i>Тема 1. Основи комерційної діяльності</i> Предмет і завдання курсу «Основи комерційної діяльності». Методологічний арсенал дослідження процесів комерційної діяльності. Зв'язок курсу з суміжними дисциплінами	4	9
<i>Тема 2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності</i> Правове поле роботи суб'єктів. Права та обов'язки суб'єктів. Комерційна діяльність виробничих підприємств. Перспективні типи і формати роздрібних торговельних підприємств. Торговельні мережі. Переваги при використанні послуг посередників. Класифікація споживчих товарів.	2	7
<i>Тема 3. Товарний ринок як сфера комерційної діяльності</i> Структура звіту про комплексне дослідження ринку. Поняття про ефект та ефективність. Класифікація ринкових чинників.	4	7
<i>Тема 4. Організація господарських зв'язків у комерційній діяльності</i> Регулювання господарських зв'язків на макрорівні. Регулювання господарських зв'язків на макрорівні.	4	7
<i>Разом за модулем 1</i>	14	30
<u>Змістовний модуль 2. Особливості комерційної діяльності</u>		
<i>Тема 5. Особливості роботи комерсанта у процесі комерційних перемовин</i> Організація ділового етикету комерційних перемовин. Особливості організації комерційних перемовин з іноземними партнерами: американськими, англійськими, французькими, іспанськими, німецькими, скандинавськими, японськими, південнокорейськими, китайськими, арабськими, російськими.	4	6
<i>Тема 6. Закупівельна робота як складова комерційної діяльності</i> Види планування закупівель товарів. Вибір постачальників товарів. Критерії вибору постачальників товарів.	4	6
<i>Тема 7. Особливості комерційної діяльності на товарній біржі</i> Права та обов'язки товарної біржі. Порядок проведення електронних біржових торгів. Відповідальність за порушення правил біржової торгівлі. Біржові жести. Біржовий жаргон.	4	8
<i>Тема 8. Комерційна робота на ярмарках, виставках, аукціонах і тендерах</i> Вимоги до проведення виставок і ярмарків. Організація проведення виставок і ярмарків. Порядок проведення аукціону. Суть договору про закупівлю на тендерних торгах.	4	8
<i>Разом за модулем 2</i>	16	28

<u>Змістовний модуль 3. Комерційна діяльність при торгівлі й обміні товарами та послугами</u>		
<i>Тема 9. Комерційна діяльність підприємств щодо організації продажу товарів</i> Облік і контроль продажу. Рекламно-інформаційна робота. Характеристика основних методів роздрібного продажу товарів: магазинної форми торгівлі, методи поза магазинної форми торгівлі	5	8
<i>Тема 10. Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності</i> Роль системи електронної комерції. Проблеми розвитку електронної комерції. Проблеми оподаткування електронної комерції. Проблеми безпеки розвитку електронної комерції. Проблеми урегульованості фінансових стосунків.	5	9
<i>Тема 11. Логістичні операції в процесі товаропостачання</i> Логістична система управління товарними запасами. Нормування товарних запасів. Облік і контроль товарних запасів. Регулювання товарних запасів. Управління товаропостачанням. Вибір джерел товаропостачання. Форми і методи товаропостачання. Оформлення товаропостачання. Приймання товарів за кількістю і якістю. Критерії вибору стратегії товаропросування. Одночасне використання Pull і Push стратегій.	5	8
<i>Тема 12. Комерційні операції в процесі формування асортименту і управління товарними запасами</i> Формування асортиментних моделей. Зміст асортиментної політики.	5	8
<i>Тема 13. Рекламно-інформаційна складова комерційної діяльності</i> Реклама на етапах життєвого циклу товарів. Планування рекламних заходів. Рекламні кампанії. Технічні засоби інформаційного забезпечення. Інформаційні системи. Захист комерційної інформації.	5	9
<i>Тема 14. Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств</i> Характеристика методів контролю за ризиками. Методи оцінки конкурентоспроможності	5	8
<i>Разом за модулем 3</i>	30	50
<i>Усього годин</i>	60	108

*студенти заочної форми навчання також самостійно опрацьовують лекційний матеріал розміщений в системі Moodle

9. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

При проходженні курсу «Основи комерційної діяльності» передбачено обов'язкова підготовка реферату для студентів денної форми навчання. Перелік тем та вимоги до реферату наведено у методичних рекомендаціях.

Для студентів заочної форми навчання передбачено написання контрольної роботи. Перелік питань та вимоги до контрольної роботи наведено у методичних рекомендаціях.

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

За основними дидактичними завданнями в рамках вивчення дисципліни «Основи комерційної діяльності» використовуються методи оволодіння знаннями, формування умінь і навичок. За джерелом знань використовуються словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем розумової діяльності студентів використовуються проблемний, евристичний, дослідницький, репродуктивний методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, практичних занять та виконання самостійної роботи.

Дистанційне навчання в Уманському НУС здійснюється відповідно до положення «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва». Для забезпечення освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання в УНУС і використовується система управління навчанням Moodle. Матеріали курсу «Основи комерційної діяльності» розміщені на платформі Moodle <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=2154>.

В умовах дистанційної освіти проведення лекцій та практичних занять відбувається у форматі відеоконференції. Для організації освітнього процесу використовуються такі технічні сервіси, як: Zoom, Viber, Moodle та електронна пошта.

11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:

- 1) оцінювання роботи студентів на практичних заняттях;
- 2) оцінювання виконання самостійної роботи;
- 3) проведення тестового модульного контролю за модулями 1,2,3;
- 4) виконання індивідуального завдання (реферату – денна форма навчання, контрольна робота – заочна форма навчання);
- 5) додаткова робота.

Оцінювання знань студентів з дисципліни «Основи комерційної діяльності» здійснюється на основі результатів поточного контролю знань і підсумкового у формі - екзамену.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

12.1 Денна форма навчання

Поточний контроль.

Максимальна сума балів поточного контролю – 70.

Об'єктами поточного контролю знань студентів є:

1. систематичність та активність роботи на практичних заняттях;
2. виконання самостійної роботи;
3. виконання індивідуального завдання (реферату);
4. модульний контроль;
5. додаткова робота

(1) При контролі систематичності та активності роботи на практичних заняттях оцінці підлягають: активність при обговоренні питань, що винесені на практичні заняття.

Система оцінювання активності роботи:

рівень знань продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях, обговорення дискусійних питань – 0-1 бал.

- (2) При контролі виконання самостійної роботи оцінці підлягають: тестування в системі Moodle - 0-2 бали за кожну тему.

(3) Система оцінювання виконання індивідуального завдання (рефератів) здійснюється за 5-бальною шкалою.

Оцінку «0 балів» отримує реферат, що не відповідає обраній темі, або виконаний не самостійно.

Оцінку «1-2 бали» отримує реферат, що свідчить про знання основного навчально-програмного матеріалу, та вивчення основної літератури.

Оцінку «3-4 бали» отримує реферат, який виказує достатнє знання навчально-програмного матеріалу, свідчить про вивчення основної та додаткової літератури.

Оцінку «5 балів» отримує реферат, зміст якого свідчить про повні, різнобічні та глибокі знання навчально-програмного матеріалу, вивчення основної та додаткової літератури, розуміння взаємозв'язку основних понять дисципліни та їх значення для фахової діяльності. Теоретичний матеріал повинен бути підкріплений конкретними прикладами.

(4) Модульний контроль проводиться у вигляді вирішення тестових завдань в системі дистанційної освіти Moodle, де сума набраних балів є пропорційною кількості правильних відповідей (модульний контроль 0–6 балів). Модульний контроль містить 50 тестів, відповідь на кожен з яких оцінюється в 0,12 бала ($0,12 \times 50 = 6$ балів)

(5) До додаткової роботи відноситься науково-дослідницька діяльність здобувача, результати якої оприлюднюються, пов'язана з тематикою навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів, що може отримати здобувач освіти за додаткову роботу під час проходження курсу «Основи комерційної діяльності» 5 балів, які розподіляються за такими видами робіт:

- виступ на засіданні студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодні» - 1 бал;
- доповідь на науковій студентській конференції - 2 бали;
- оприлюднення тез доповіді в збірнику – 3 бали;
- призове місце у I етапі Всеукраїнського або Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт – 4 бали;
- призове місце у II етапі Всеукраїнського або Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт – 5 балів.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль складається з двох компонентів:

А. Теоретична частина (максимум 20 балів) - включає 100 тестових завдань для перевірки теоретичних знань. За кожен правильну відповідь студент отримує 0,2 бали.

Б. Практична частина (максимум 10 балів) - містить 5 тестових завдань з елементами розрахунку. Кожне завдання оцінюється у 2 бали.

Загальна максимальна кількість балів за підсумковий контроль — 30 балів.

Виконання студентами екзаменаційного завдання повинно носити виключно самостійний характер. Тому, за використання заборонених джерел (шпаргалок, засобів зв'язку та ін.) чи підказок студент знімається з іспиту й одержує нульову оцінку.

(для денної форми навчання)

Види роботи	Змістовний модуль 1				МК1	Змістовний модуль 2				МК2	Змістовний модуль 3						МК 3	Екзамен	Сума
	T1	T2	T3	T4		T5	T6	T7	T8		T9	T10	T11	T12	T13	T14			
активність на практичних 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	5																		
додаткова робота	5																		
Разом	3	3	3	3	6	3	3	3	3	6	3	3	3	3	3	3	6	30	100

12.2. Заочна форма навчання

Поточний контроль.

Максимальна сума балів поточного контролю – 70.

Для заочної форм навчання оцінці підлягають:

1. рівень знань, продемонстрований у відповідях на практичних заняттях;
 2. виконання самостійної роботи, контроль якої здійснюється у вигляді тестування по кожній темі в системі Moodle;
 3. виконання індивідуального завдання (контрольної роботи);
 4. модульний контроль;
 5. додаткова робота
- 1) при контролі систематичності та активності роботи на практичних заняттях оцінці підлягають: активність при обговоренні питань, що винесені на практичні заняття.

Система оцінювання активності роботи:

рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на заняттях, відповідь з дискусійних питань – 0-1 бал.

2) при контролі виконання самостійної роботи застосовується тестування в системі Moodle і оцінюється в 0-2 бали по кожній темі.

3) виконання індивідуального завдання (контрольної роботи) оцінюється по 15 бальній шкалі:

15-14 - всі вимоги дотримані, робота демонструє глибоке розуміння матеріалу

13-12 – з незначними помилками, всі основні вимоги дотримані, робота демонструє хороше розуміння матеріалу

11-10 - з деякими помилками, більшість вимог дотримані, робота демонструє задовільне розуміння матеріалу

9-8 - з помітними помилками, основні вимоги дотримані, робота демонструє базове розуміння матеріалу

7-6 - з багатьма помилками, деякі вимоги не дотримані, робота демонструє поверхневе розуміння матеріалу

5-4 - з численними помилками, більшість вимог не дотримані, робота демонструє слабе розуміння матеріалу

3-0 - з критичними помилками, основні вимоги не дотримані, робота демонструє відсутність розуміння матеріалу

(4) Модульний контроль проводиться у вигляді вирішення тестових завдань в системі дистанційної освіти Moodle, де сума набраних балів є пропорційною кількості правильних відповідей (модульний контроль 0–6 балів). Модульний контроль містить 50 тестів, відповідь на кожен з яких оцінюється в 0,12 бал ($0,12 \times 50 = 6$ балів)

Проводячи роботу з підготовки до виконання модульних завдань, студент самостійно здійснює систематизацію вивченого матеріалу, а також інших тем і питань для самостійного опрацювання, які включено до модуля.

(5) До додаткової роботи відноситься науково-дослідницька діяльність здобувача, результати якої оприлюднюються, пов'язана з тематикою навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів, що може отримати здобувач освіти за додаткову роботу під час проходження курсу «Основи комерційної діяльності» 5 балів, які розподіляються за такими видами робіт:

- виступ на засіданні студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодні» - 1 бал;
- доповідь на науковій студентській конференції - 2 бали;
- оприлюднення тез доповіді в збірнику – 3 бали;
- призове місце у I етапі Всеукраїнського або Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт – 4 бали;
- призове місце у II етапі Всеукраїнського або Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт – 5 балів.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль складається з двох компонентів:

А. Теоретична частина (максимум 20 балів) - включає 100 тестових завдань для перевірки теоретичних знань. За кожну правильну відповідь студент отримує 0,2 бали.

Б. Практична частина (максимум 10 балів) - містить 5 тестових завдань з елементами розрахунку. Кожне завдання оцінюється у 2 бали.

Загальна максимальна кількість балів за підсумковий контроль — 30 балів.

Виконання студентами екзаменаційного завдання повинно носити виключно самостійний характер. Тому, за використання заборонених джерел (шпаргалок, засобів зв'язку та ін.) чи підказок студент знімається з іспиту й одержує нульову оцінку.

(для заочної форми навчання)

Види роботи	Змістовний модуль 1				МК1	Змістовний модуль 2				МК2	Змістовний модуль 3						МК3	Екзамен	Сума
	T1	T2	T3	T4		T5	T6	T7	T8		T9	T10	T11	T12	T13	T14			
активність на практичних заняттях		1	1			1	1												
виконання с.р.	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2	2	2	2			
контрольна робота	15																		
додаткова робота	5																		
Разом	2	3	3	2	6	3	3	2	2	6	2	2	2	2	2	2	6	30	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену
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

Оцінка «відмінно» (90 – 100 балів). Здобувач має систематичні та глибокі знання навчального матеріалу, вміє без помилок виконувати практичні завдання, які передбачені програмою курсу, засвоїв основну й ознайомився з додатковою літературою, викладає матеріал у логічній послідовності, робить узагальнення й висновки, наводить практичні приклади у контексті тематичного теоретичного матеріалу.

Оцінка «добре» (74 – 89 балів). Здобувач повністю засвоїв навчальний матеріал, знає основну літературу, вміє виконувати практичні завдання, викладає матеріал у логічній послідовності, робить певні узагальнення й висновки, але не наводить практичних прикладів у контексті тематичного теоретичного матеріалу або допускає незначні помилки у формулюванні термінів, категорій.

Оцінка «задовільно» (60 – 73 бали). Здобувач засвоїв матеріал не у повному обсязі, дає неповну відповідь на поставлені теоретичні питання, припускається грубих помилок при вирішенні практичного завдання.

Оцінка «незадовільно» (менше 60 балів). Здобувач не засвоїв навчальний матеріал, дає неправильні відповіді на поставлені теоретичні питання, не володіє основними методами

наукових досліджень при виконанні практичних завдань. Здобувач не допускається до складання іспиту, якщо кількість балів одержаних за результати успішності під час поточного та модульного контролю (відповідно змістовому модулю) впродовж семестру в сумі не досягла 35 балів.

13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності» включає:

1. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 71с.

2. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки до виконання самостійної роботи та індивідуальних завдань здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В.Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 13с.

3. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Основи комерційної діяльності» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=2154>

14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. Комерційна діяльність: навч. посібник: перевидання. Львів: Магнолія, 2023. 334 с.

2. 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.

3. Апопій В.В., Міщук І., Рудницький С. та ін. Ринки в системі внутрішньої торгівлі України: монографія. Львів: Вид-во ЛКА. 2012. 416 с.

4. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: підручник. К.: ЦУЛ. 2009. 632 с.

5. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник. Харків: Світ книг, 2015. 452.

6. Балабан П.Ю., Балабан М.П., Мітєєва Т.Л., Михайленко О.М., Попова Л.О., Хурса М.М. Комерційна діяльність: підручник. Х.: Світ Книг, 2019. 452 с.

7. Башнянин Г.І. Комерційно-посередницька діяльність на товарному ринку: навч. посібн. К.: Кондор, 2014. 416 с.

8. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства. Кривий Ріг: КДПУ, 2020. 112 с.

9. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. К.: НАУ, 2022. 204 с.

10. Валявський С.М. Маркетинг закупівель: навч. посіб. для студентів спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Полтава : Нац. ун-т ім. Юрія Кондратюка, 2021. 154 с.

11. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. 2-ге вид., переробл. та допов. К.: Книга. 2012. 680с.

12. Гонтарева І. В. Підприємництво: підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.

13. Дикань В. Л., Каграманян А. О., Каличева Н. Є. та ін. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

14. Добрянська В.В., Галайда Т.О. Маркетинг підприємства виробничої сфери: навч. посіб. для здобувачів першого рівня вищої освіти спец. «Маркетинг». Полтава: Нац. ун-т ім. Юрія Кондратюка, 2021. 151 с.

15. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля. Київ: Аграр Медіа Груп. 2021. 454с.

16. Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін. Етика ділових відносин : навчальний посібник Вінниця: ВНТУ, 2011. 309 с.
17. Павлов К. В., Лялюк А. В., Павлова О.М., Данилюк Т. І. Економіка та організація біржової діяльності: навчальний посібник. Луцьк: ФОП Мажула Ю. М., 2023. 274 с.
18. Рудовська О. М. Логістика. Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка. Київ: НУХТ, 2021. 146 с.
19. Савицька Н. Л., Прядко О.М. Мерчандайзинг: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (2-ге видання, доповнене); Держ. біотехнологічний ун-т. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2024. 206 с.
20. Сак Т.В. Електронна комерція та глобальне підприємництво. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 53 с.
21. Слав'юк Н. Р., Глущенко С. В. Ринок фінансових послуг: навч. посіб. Київ: НаУКМА, 2022. 206 с.
22. Стеценко С. П, Титок В. В., Лисиця Н. В. Гроші та кредит: навч. посібник. Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. Київ: КНУБА, 2024. 227 с.
23. Суздальєва О. Гроші та кредит: електронний навчальний посібник. Київ: МДУ, 2024. https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6038/2/suzdaleva_groshi_ta_kredit.pdf
24. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М., Міт'єва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навчальний посібник з дисципліни «Комерційна діяльність». Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.
25. Шостак Л. В. Комерційна логістика: конспект лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. 56 с.

Допоміжна

1. Padalka A.M., Gribincea A., Lesik I.M., Semenda O.V., & Barabash O.O. Consumer protection when purchasing goods on the Internet. *Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine*, 2021. №28(2). P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197
2. Semenda O., Sokolova Y., Korovina O., Bratko O., & Polishchuk I. Using social media analysis to improve e-commerce marketing strategies. *International review of management and marketing*. 2024. № 14(4). PP. 61–71. <https://doi.org/10.32479/irmm.16196>
3. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2023. vol. 19. P.558-570. DOI: 10.37394/232015.2023.19.54
4. Грищенко І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: навч. посібник. К.: КНУТД. 2005. 80 с.
5. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: навч. посібник. К.: КНУТД. 2006. 304 с.
6. Ерфан В.Й., Шерегій Р.В., Цвірчак Р.Р. Наукові і методичні основи комерційної діяльності. *Науковий вісник ужгородського університету. Серія «економіка»*. 2023 №1(61). С. 96-100.
7. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: навч. посібник. К.: Національна академія управління. 2006. 348с.
8. Єрмошенко М.М., Стороженко О.А. Комерційна діяльність малих підприємств: навч. посібник. К.: Національна академія управління. 2003. 147с.
9. Про товарну біржу. Закон України №1956-ХІІ від 10 грудня 1991 року.
10. 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. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.28-8>
11. 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. DOI: 10.46299/ISG.2021.I.I

12. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. №1 (51). 2021. С.208-212. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct51-33>

13. 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-yanvaryaya-2021-goda-toronto-kanada-arhiv/>

14. Семенда Д.К., Семенда О.В. Роль держави у розвитку підприємництва в Україні. *Наукові інновації та передові технології*. №2(4). 2022. С.230-239. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2\(4\)-230-239](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-2(4)-230-239)

15. Семенда Д.К., Семенда О.В., Семенда О.В. Логістика та її роль в підвищенні економічної ефективності реалізації продукції рослинництва. Молодий вчений. №1. 2021. С.185-190. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38>

16. 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>

17. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. *Підприємництво та інновації*. №24. 2022. С.108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>

18. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М., Мітяєва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навч. посібник. Харків:ХДУХТ. 2014. 225 с.

19. Цивільний кодекс України. Станом на 03.09.2014 р. К.: ЦУЛ. 2014. 270 с.

20. Шиндировський І.М. Значення та особливості господарських зв'язків суб'єктів ринкової економіки. *Підприємництво і торгівля*. 2023. №38. С.78-83. <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-10>

21. Юдін О.М., Макарова М.В., Лавренюк Р.В. Системи електронної комерції: створення, просування, розвиток: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ. 2011. 201 с.

15. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>

2. Законодавство України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>

3. Державний комітет статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

5. Цифровий репозиторій Уманського національного університету садівництва URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/68>

6. Google Scholar – пошукова система, яка індексує повний текст наукових публікацій всіх форматів і дисциплін. URL : <https://scholar.google.com.ua/schhp?hl=uk>

16. ПЕРЕЗАРАХУВАННЯ ТА ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Перезарахування та визнання результатів навчання з дисципліни «Основи комерційної діяльності» або окремого її елемента відбувається відповідно до Положення про порядок визнання в Уманському національному університеті садівництва результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4n0x>).

Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання в неформальній та інформальній освіті (курси навчання в центрах освіти, курси інтенсивного навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги тощо) в обсязі, що загалом не перевищує 25 % освітньої програми.

17. ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

У процесі навчання з дисципліни «Основи комерційної діяльності», студенти повинні дотримуватися встановлених правил академічної доброчесності, визначених Кодексом доброчесності Уманського національного університету садівництва (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4dH7>). При підготовці рефератів, практичних завдань, а також під час проведення контрольних заходів очікується, що всі роботи подані студентами будуть їхніми оригінальними дослідженнями та міркуваннями.

Будь-які види порушення академічної доброчесності, зокрема плагіат, неправомірне використання чужих ідей, фальсифікація даних чи співучасть у таких діяннях, є абсолютно неприпустимими і не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності у письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від обсягу порушення.

З метою запобігання порушенням і підвищення якості академічних робіт, студентам настійно рекомендується користуватися належними академічними ресурсами та інструментами для перевірки робіт на плагіат, а також звертатися за консультаціями з питань правильного цитування і академічного письма.

18. ЗМІНИ У РОБОЧІЙ ПРОГРАМІ НА 2024/2025 НАВЧАЛЬНИЙ РІК

1. Переглянуто розподіл годин за видами роботи;
2. Переглянуто розподіл балів, які отримують студенти в процесі вивчення дисципліни;
3. Оновлено перелік рекомендованої літератури.