

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/ 1

## ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету  
бізнесу та сфери  
обслуговування

23 01 2023 р.,

протокол № 1

Голова Вченої ради

 Галина ТАРАСЮК

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

для студентів освітнього ступеня «бакалавр»  
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова  
діяльність»

факультет бізнесу та сфери обслуговування  
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій

Схвалено на засіданні кафедри  
менеджменту, бізнесу та  
маркетингових технологій

24 01 2023 р.,  
протокол № 1

Завідувач кафедри

 Тетяна ОСТАПЧУК

Гарант освітньо-професійної  
програми

 Катерина БУЖИМСЬКА

Розробник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та  
маркетингових технологій

СОТНИК Ангеліна

Житомир  
2022 – 2023 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/2

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 4	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	за вибором	
Модулів – 2	Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Загальна кількість годин - 120		Семестр	
		4-й	4-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи – 4,5	Освітній ступінь «бакалавр»	Лекції	
		16 год.	4 год.
		Практичні	
		32 год.	6 год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
72 год.	110 год.		
		Вид контролю: екзамен	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 40 % аудиторних занять, 60 % самостійної та індивідуальної роботи;

для заочної форми навчання – 8,3 % аудиторних занять, 91,7 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/3

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та практичних навичок із сукупності комерційних операцій і процесів в оптовій, роздрібній торгівлі, налагодження ефективної комерційної діяльності на ринку товарів та послуг.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- вивчення основ комерційної діяльності;
- виявлення особливостей організації та техніки проведення комерційних операцій підприємствами в оптовій та роздрібній торгівлі, в торговопосередницькій ланці, на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- ознайомлення з державним і міжнародним регулюванням комерційної та підприємницької діяльності.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних компетентностей, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

**Інтегральна компетентність.** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

**ФК 2.** Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

**ФК 3.** Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

**ФК14.** Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах у межах спеціальності.

**ПРН2.** Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

**ПРН12.** Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

**ПРН13.** Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

**ПРН23.** Вміти поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах у межах спеціальності.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/4

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### ***Змістовий модуль 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності. Комерційна діяльність на оптовому ринку товарів та послуг.***

*Тема 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг.*

Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг як наукова дисципліна. Функції, завдання і межі дисципліни. Методи і прийоми пізнання комерційної діяльності. Зв'язок курсу з суміжними науками. Суть комерційної діяльності. Комерційна діяльність як категорія, процес, функція. Комерційний процес. Комерційна операція. Структура комерційної діяльності. Елементи комерційної діяльності. Принципи комерційної діяльності: економічна свобода, конкурентоздатність, адаптованість, ризикованість, ефективність. Передумови та тенденції розвитку комерційної діяльності в Україні. Стимулюючі і стримуючі чинники розвитку комерційної діяльності. Зовнішні і внутрішні чинники. Види і класифікація суб'єктів комерційної діяльності. Товар як об'єкт комерційної діяльності. Комерційна класифікація товарів. Характеристика особливих видів об'єктів комерційної діяльності. Нерухомість. Оренда. Результати інтелектуальної праці. Товарний знак. Основні вимоги до об'єктів комерційної діяльності.

*Тема 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання.*

Суть, зміст і завдання інфраструктури оптового ринку. Склад інфраструктури та основні форми складових елементів. Комерційні служби суб'єктів оптового ринку. Функції комерційних служб, зміст їх роботи. Взаємодія елементів основної структури та інфраструктури. Господарські зв'язки суб'єктів оптового ринку: значення, види. Класифікація господарських зв'язків. Організаційно-правове регулювання взаємодії суб'єктів на оптовому ринку: значення і завдання. Суть і функції договорів. Види господарських договорів. Контракти. Угоди. Класифікація договорів. Зміст договору поставки товарів. Обґрунтування конкретних умов договору поставки товарів. Комерційні спори і суперечки, пов'язані з укладанням і виконанням господарських договорів. Порядок розв'язання і вирішення спорів і суперечок у комерційній практиці. Загальні норми ведення комерційних переговорів, їх значення та визначення осіб для ведення переговорів. Підготовка до комерційних переговорів та її особливості залежно від видів переговорів. Оформлення результатів комерційних переговорів. Запис змісту переговорів. Оформлення протоколу про наміри. Оформлення попереднього контракту.

*Тема 3. Оптові закупівлі товарів та їх комерційне забезпечення.*

Оптові закупівлі товарів як найважливіший елемент комерційної діяльності на оптовому ринку товарів та послуг: їх суть, мета та принципи здійснення. Оперативне планування оптових закупівель товарів. Розробка плану надходження товарів на підприємство. Прогнозування обсягів реалізації шляхом екстраполяції рядів динаміки, з використанням коефіцієнта еластичності попиту,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/5

нормативним методом, методом економіко-математичного моделювання, методом експертних оцінок. Визначення точки безбитковості закупівель. Розроблення плану оптових закупівель. Вивчення джерел оптових закупівель. Вплив чинників на вибір постачальників товарів: виробничої потужності, ціни, якості, комплектності поставок товарів, віддаленості постачальників, фінансових умов, умов платежів тощо. Попередній і кінцевий вибір постачальників товарів. Оперативний облік і контроль оптових закупівель товарів, їх значення і завдання. Організація оперативного контролю за закупівлями і надходженням товарів. Сутність і переваги організації закупівель товарів на основі прямих зв'язків. Умови застосування прямих зв'язків. Оптові закупівлі товарів на основі товарообмінних операцій. Закупівлі товарів на основі товарообмінних операцій. Операції натурального обміну. Компенсаційні угоди. Угоди з давальницькою сировиною. Організація закупівель товарів на оптових ярмарках. Оптові закупівлі товарів на аукціонах і комерційних торгах (тендерах). Оптові закупівлі товарів на біржах і через брокерські контори. Оптові закупівлі товарів у закордонних фірм.

#### *Тема 4. Формування асортименту товарів в оптовій торгівлі.*

Управління товарними запасами. Асортимент і номенклатура товарів: поняття і основи класифікації. Виробничий і торговий асортимент. Завдання перетворення виробничого асортименту в оптовій ланці. Порядок формування та регулювання асортименту товарів на оптових підприємствах. Значення товарних запасів та управління ними в оптовій торгівлі. Моделі оптимізації запасів. Встановлення оптимального розміру запасів. Оперативний облік і контроль за запасами. Регулювання товарних запасів. Оперативне маневрування товарними запасами. Комерційні форми і методи нормалізації товарних запасів. Прискорення оборотності товарів.

#### *Тема 5. Організація оптового продажу товарів.*

Види і форми послуг на оптовому ринку. Суть оптового продажу. Види оптового обороту: складський і транзитний товарооборот, комерційне обґрунтування їх вибору. Організація та методи продажу товарів зі складів оптових баз. Прогресивні методи оптового продажу товарів зі складів баз та їх комерційне забезпечення. Організація роботи залу товарних взірців на оптових базах. Дрібнооптова форма продажу товарів. Передумови формування ринку оптових послуг і їх класифікація. Складові елементи ринку оптових послуг. Організація і комерційне забезпечення торгівлі послугами на оптовому ринку. Посередницько-торговельні оптові послуги. Інженерно-технічні (інжинірингові) оптові послуги. Послуги оренди на оптовому ринку. Соціально-економічна ефективність торгівлі оптовими послугами.

### ***Змістовний модуль 2. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі. Ефективність комерційної діяльності.***

#### *Тема 6. Особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі.*

Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі. Зміст комерційної діяльності в роздрібній торгівлі. Чинники і умови розвитку комерційної діяльності в сфері роздрібної торгівлі. Суть, поняття і зміст

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/6

асортиментної політики в торгівлі  
**Формування асортименту товарів у роздрібній торговій мережі як комерційна функція управління товарною пропозицією.**  
 Вплив чинників на формування асортименту товарів у торговельній мережі.  
 Стратегії формування асортименту товарів у роздрібній мережі. Методологічні підходи до формування асортименту товарів у магазинах  
**Принципи формування асортименту.**  
 Етапи формування асортименту. Асортиментні переліки товарів.  
 Особливості формування асортименту товарів у різних типах магазинів.  
 Регулювання і контроль асортименту товарів у торговельній мережі.

*Тема 7. Стратегія роздрібногo продажу товарів.*

Система послуг у роздрібній торгівлі. Чинники, що впливають на ефективність роздрібногo продажу товарів. Сутність і зміст стратегії роздрібногo продажу товарів. Оптимізація цін, цінових дисконтів, споживчих кредитів та обсягів роздрібногo продажу товарів. Асортимент торговельних послуг та його класифікація  
**Розширення сервісного обслуговування як ефективний засіб конкурентної боротьби за покупця.**  
 Організація сервісного обслуговування. Стандарти обслуговування. Створення сприятливих умов та стимулювання продажу послуг  
**Ризики покупців під час придбання послуг.**

*Тема 8. Комерційний ризик і шляхи його пом'якшення.*

Суть комерційного ризику. Основні причини виникнення ризику. Види ризиків та їх характеристика. Аналіз і оцінка комерційного ризику. Зони ризику. Вимірювання ризику. Методи аналізу ступеня ризику. Якісний та кількісний аналіз ризику. Статистичний, експертний та аналітичний методи кількісного аналізу ризику. Зниження ризиків. Способи зниження ступеня ризику: уникнення та попередження, диверсифікація, страхування, одержання додаткової інформації під час обрання варіантів рішень, створення запасів. Страхування ризику.

*Тема 9. Ефективність комерційної діяльності.*

Суть ефективності комерційної діяльності. Поняття ефекту та витрат. Види ефективності комерційної діяльності. Критерій ефективності комерційної діяльності. Показники ефективності комерційної діяльності  
**Класифікація показників**  
 Інтегральний, узагальнюючий та специфічні показники. Принципи формування систем показників ефективності. Ефективність виконання комерційних договорів.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/7

#### 4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні	самостійна робота
Змістовий модуль 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності. Комерційна діяльність на оптовому ринку товарів та послуг.								
Тема 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг.	12	2	2	4	12	0,5	-	11
Тема 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання.	12	2	2	8	12	0,5	-	11
Тема 3. Оптові закупівлі товарів та їх комерційне забезпечення.	12	2	4	8	12	0,5	1	11
Тема 4. Формування асортименту товарів в оптовій торгівлі. Управління товарними запасами	12	1	4	8	12	0,5	1	11
Тема 5. Організація оптового продажу товарів. Види і форми послуг на оптовому ринку.	12	1	4	8	12	-	1	11
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	60	8	16	36	60	2	3	56
Змістовий модуль 2. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі. Ефективність комерційної діяльності.								
Тема 6. Особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі. Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі.	15	2	4	9	15	0,5	-	14
Тема 7. Стратегія роздрібного продажу товарів. Система послуг у роздрібній торгівлі.	15	2	4	9	15	0,5	1	13
Тема 8. Комерційний ризик і шляхи його пом'якшення.	15	2	4	9	15	0,5	1	13
Тема 9. Ефективність комерційної діяльності.	15	2	4	9	15	0,5	1	14
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	60	8	16	36	60	3	3	54
<b>ВСЬОГО</b>	120	16	32	72	120	4	6	110

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/8

## 5. Теми практичних (лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Практичне заняття 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів і послуг. 1. Поняття, зміст комерційної діяльності. 2. Завдання та цілі комерційної діяльності. 3. Види і класифікація суб'єктів комерційної діяльності. 4. Товар як об'єкт комерційної діяльності. 5. Комерційна класифікація товарів. 6. Принципи комерційної діяльності.	2	-
2	Практичне заняття 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на оптовому ринку. 1. Поняття та сутність оптового ринку. 2. Оптові торговельні підприємства та їх класифікація. 3. Інфраструктура оптового ринку	2	-
3	Практичне заняття 3. Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання. Особливості укладання договору поставки. Ділова гра «Ведення переговорів» 1. Поняття і класифікація господарських зв'язків суб'єктів оптового ринку. 2. Сутність та регулювання господарських зв'язків суб'єктів оптового ринку. 3. Нормативні документи, що регулюють господарські зв'язки. 4. Сутність, види та функції господарських договорів. 5. Особливості укладання договору поставки	2	-
4	Практичне заняття 4. Оптові закупівлі та їх комерційне забезпечення. 1. Організація системи інформації на оптових торговельних підприємствах. 2. Джерела ринкової інформації. 3. Сутність, принципи та зміст закупівельної роботи 4. Методи закупівель. 5. Оперативне планування оптових закупівель.	2	1
5	Практичне заняття 5. Джерела оптових закупівель. 1. Оптові закупівлі на виставках, ярмарках, біржах, тендерах. 2. Міні-кейс «Проблеми з закупівлями».	2	1
6	Практичне заняття 6. Формування асортименту товарів в оптовій торгівлі. 1. Сутність і принципи формування асортименту в оптовій торгівлі. 2. Чинники, що впливають на формування асортименту товарів. 3. Асортиментна політика оптового підприємства.	2	1
7	Практичне заняття 7. Управління товарними запасами. Моделі оптимізації товарних запасів. 1. Значення товарних запасів та управління ними в оптовій торгівлі. 2. Стратегії управління товарними запасами. 3. Вартість розміщення замовлення. 4. Витрати на зберігання. 5. Обмеження для використання моделі Уілсона.	2	-
8	Практичне заняття 8. Організація оптового продажу товарів. Методи оптового продажу. 1. Види оптового обороту. 2. Форми оптового продажу. 3. Методи оптового продажу. 4. Активізація оптового продажу. 5. Стимулювання оптового продажу	2	-
9	Практичне заняття 9. Види і форми послуг на оптовому ринку. 1. Види послуг на оптовому ринку. 2. Особливості надання послуг на оптовому ринку	2	1



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09-05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022	
	Екземпляр № 1	Арк 15/9	
10	Практичне заняття 10. Особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі. 1. Функції роздрібних компаній в організації закупівель продукції. 2. Особливості взаємодії роздрібних підприємств з постачальниками. 3. Організація постачання товарів у торговельну мережу.	2	1
11	Практичне заняття 11. Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі. 1. Сутність і зміст асортиментної політики в роздрібній торгівлі. 2. Складання асортиментної матриці. 3. Чинники, що впливають формування на асортимент товарів 4. Принципи складання LІM-плану роздрібним торговельним підприємством.	2	1
12	Практичне заняття 12. Стратегія роздрібного продажу товарів. 1. Цілі роздрібного продажу товарів. 2. Процес стратегічного планування продажу товарів. 3. Критерії вибору стратегії роздрібного продажу товарів. 4. Міні-кейс «Визначення цільової аудиторії та оптимізація товарного асортименту.»	2	-
13	Практичне заняття 13. Система послуг в роздрібній торгівлі. 1. Створення комунікації зі споживачами. 2. Формування іміджу роздрібною компанією. 3. Методи підвищення ефективності продаж в роздрібній торговельній мережі.	2	-
14	Практичне заняття 14. Сутність комерційного ризику. 1. Сутність та функції комерційного ризику. 2. Принципи та розробка стратегії управління комерційними ризиками. 3. Міні-кейс «Злети і падіння компанії».	2	-
15	Практичне заняття 15. Оцінювання комерційного ризику і шляхи його пом'якшення 1. Оцінювання комерційного ризику. 2. Зниження комерційних ризиків.	2	-
16	Практичне заняття 16. Види і критерії ефективності комерційної діяльності. 1. Сутність ефективності комерційної діяльності. 2. Ефекти комерційної діяльності. 3. Система показників соціально-економічної ефективності комерційної діяльності. Міні-кейс «Запровадження маркетингового підходу на підприємстві».	2	-
РАЗОМ		32	6

## 6. Завдання для самостійної роботи

Підготувати презентацію та доповідь до презентації (вибирається студентом одна тема з наведеного переліку):

1. Ринок – економічна основа комерційної діяльності.
2. Концепція комерційної діяльності.
3. Механізм функціонування комерційних підприємств різних організаційно-правових форм.
4. Модель підприємства комерційного типу.
5. Цінні папери комерційного підприємства на сучасному ринку.
6. Процеси інвестування діяльності комерційного підприємства.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/ 10

7. Господарські зв'язки в торгівлі.
8. Міжнародні комерційні операції.
9. Комерційна діяльність у митній справі.
10. Комерційна конкуренція в умовах економіки України.
11. Оподаткування діяльності комерційних підприємств.
12. Культура комерційної діяльності.
13. Організація матеріально-технічного забезпечення на промисловому підприємстві.
14. Планування матеріально-технічного забезпечення промислового підприємства.
15. Формування та управління виробничими запасами.
16. Організація і планування збутової комерційної діяльності промислового підприємства.
17. Організаційні основи та поняття торговельної діяльності.
18. Планування матеріально-технічної бази торговельного підприємства.
19. Оптова та роздрібна торгівля.
20. Державні закупівлі в Україні.
21. Планування асортименту товарів. Маркетингові комунікації в комерційній діяльності.
22. Нормування та планування товарних запасів торговельного підприємства.
23. Планування надходжень та закупівлі товарів.
24. Планування персоналу та заробітної плати в комерційній діяльності.
25. Планування витрат в торговельній діяльності.
26. Фінансове планування на підприємстві.
27. Бізнес-план комерційного підприємства.
28. Господарські ризики в комерційній діяльності.
29. Франчайзинг в Україні.
30. Комерційна діяльність посередницьких підприємств.
31. Фірмова торгівля.
32. Інтернет-технології в комерційній діяльності.

## **СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦІЇ**

***Презентація повинна містити:***

- Титульний слайд;
- Слайд зі змістом;
- Основна частина представлена декількома слайдами (мінімум 10 слайдів без врахування титульного слайду та слайду зі змістом);

## **ВИМОГИ ДО СТВОРЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ**

### **1. Титульний слайд презентації**

Титульний слайд презентації містить:

- найменування вищого навчального закладу, де виконана презентація;
- назва презентації;
- прізвище, ім'я, по батькові автора; група, курс;

### **2. Зміст**

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/ 11

Короткий зміст подають на другому слайді презентації. Він містить найменування питань, які будуть висвітлені у презентації.

### **3. Вимоги до оформлення основної частини презентації**

Презентація повинна містити не менше 10 слайдів (без врахування титульного слайду та слайду зі змістом) та не більше 20 слайдів, мати науковий стиль, тобто строге оформлення фону слайдів (кольорове оформлення слайдів не забороняється). В презентації повинні бути рисунки, схеми або зображення, таблиці, діаграми (в залежності від тематики).

### **ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ**

#### **Загальні відомості про програмний засіб для створення презентацій Microsoft PowerPoint**

Одним із засобів створення та демонстрації презентацій є програма Microsoft PowerPoint, яка дає змогу, зокрема, використовувати у презентації мультимедійні ефекти.

Microsoft PowerPoint – це програмний засіб, що входить до складу Microsoft Office, і являє собою графічний пакет підготовки презентацій. В програмі користувачеві пропонується великий набір можливостей роботи з текстом, засобами створення рисунків, побудови діаграм, стандартні ілюстрації тощо.

Даний програмний продукт має дружній інтерфейс й дозволяє у найкоротші терміни представляти тези виступу, красиво їх оформлювати, супроводжувати необхідними ілюстраціями. За допомогою цієї програми зручно представляти різні об'єкти, проводити демонстрації.

Програма PowerPoint дозволяє:

- створювати комп'ютерні презентації;
- редагувати презентації, тобто вносити до них зміни;
- форматовувати презентації, тобто змінювати їх зовнішній вигляд;
- розміщувати на слайді текст, графічні зображення;
- додавати до слайдів звук і відео;
- налаштовувати ефекти анімації;
- друкувати слайди презентації для використання як роздавальний або довідковий матеріал.

### **ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ДОПОВІДІ**

#### ***Доповідь повинна містити:***

- Титульний аркуш, який містить наступні елементи: найменування вищого навчального закладу, назва доповіді (повинна відповідати назві презентації), прізвище, ім'я, по батькові автора; група, курс, місто та рік
  - Зміст (містить найменування питань, які будуть висвітлені у доповіді);
  - Основна частина (Обсяг доповіді – 7-10 сторінок формату А4 (210x297 мм) набраних українською мовою за допомогою комп'ютерної техніки через 1,5 інтервалу 14 шрифтом Times New Roman)
  - Список використаних літературних джерел (мінімум 5 джерел).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/ 12

## 7. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни «Організація і технологія комерційної діяльності» використовуються наступні методи навчання:

- за джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення, лекція, інструктаж; наочні – демонстрація, ілюстрація;

- за характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний;

- за рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

Основними методами навчання є лекції, практичні заняття, метод кейсів.

Лекція – це метод навчання, який передбачає розкриття у словесній формі сутності явищ, наукових понять, процесів, які знаходяться між собою в логічному зв'язку, об'єднані загальною темою.

Практичне заняття – це форма навчального заняття, при якій викладач організує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом відповідно сформульованих завдань.

Метод кейсів – техніка навчання, що використовує опис реальних економічних, соціальних і бізнес-ситуацій. Ті, що навчаються повинні досліджувати ситуацію, розібратися в суті проблем, запропонувати можливі рішення і вибрати найкраще з них.

## 8. Методи контролю

### Поточний контроль

В процесі поточного контролю здійснюється перевірка запам'ятовування та розуміння програмного матеріалу, набуття вміння і навичок конкретних розрахунків та обґрунтувань, опрацювання, публічного та письмового викладу (презентації) певних питань дисципліни.

Поточний контроль здійснюється шляхом опитування або тестування під час лекцій та практичних занять, а також за підсумками систематичності і активності роботи студента протягом семестру. У разі невиконання завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студент має право скласти їх індивідуально до останнього практичного заняття. Порядок організації такого контролю визначає викладач, який проводить практичні заняття. Результати поточного контролю знань студентів заносяться до робочого журналу викладача та доводяться до відома студентів. Систематичність і активність роботи студента протягом семестру контролюються і оцінюються за такими видами роботи: відвідування лекційних занять; виступи на практичних заняттях; участь в обговоренні питань певної теми; відповіді на запитання

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/ 13

викладача щодо їх суті; тестування; підготовка рефератів за окремими питаннями; участь у студентських конференціях, олімпіадах, конкурсах з проблем дисципліни.

### **Модульний контроль.**

Модульний контроль здійснюється у формі контрольних робіт за окремими частинами дисципліни (модулями). Для контролю дисципліна «Організація і технологія комерційної діяльності» поділена на 2 модулі.

Типова структура контрольної роботи складається з таких елементів:

I. Теоретична частина – розкрити зміст теоретичних питань, можливо навести ряд показників для більш повного розкриття питання та/або тестові завдання.

II. Практична частина – здійснити розрахунок запропонованих задач та зробити необхідні висновки.

За відсутності студента на контрольному заході без поважних причин модуль вважається не опанованим. Перескладання модулів здійснюється у терміни, визначені викладачем. Результати модульного контролю доводяться до відома студентів.

### **Підсумковий контроль.**

Підсумковий контроль – комплексне оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу дисципліни за всіма видами навчальних занять. Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену. Основним завданням заліку та екзамену є перевірка розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому, розуміння логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатність творчо використовувати отримані знання.

Підсумковий контроль здійснюється у тестовій формі.

У разі виконання студентом всіх видів поточних та модульних контрольних заходів семестровий контроль може проводитись без участі студента шляхом визначення сумарних результатів двох модульних контролів та результатів поточної роботи.

Для формування підсумкової оцінки знань студентів за поточною сумою балів і одержаними балами на екзамені використовується уніфікована шкала оцінювання з переведенням одержаних балів в традиційну шкалу оцінок та в оцінки ECTS.

При одержанні студентом оцінки «2» він повторно самостійно опрацьовує і письмово подає всі розв'язки модульні завдань і тестів викладачу для вирішення питання щодо формування підсумкової оцінки.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/ 14

## 9. Розподіл балів

Поточне тестування та самостійна робота											Сума
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	МКР	T6	T7	T8	T9	МКР	
7	7	7	7	7	15	10	10	10	5	15	100
Вибіркові види робіт											
участь у конференціях та олімпіадах з дисципліни											5
підготовка наукової роботи											5
підготовка доповіді і презентації за обраною темою											5

## Шкала оцінювання

За шкалою	Екзамен	Залік	Бали
A	Відмінно	Зараховано	90-100
B	Добре	Зараховано	82-89
C			74-81
D	Задовільно	Зараховано	64-73
E			60-63
FX	Незадовільно	Не зараховано	35-59
F		Не зараховано	0-34

## 10. Рекомендована література

### Основна література

1. Комерційна діяльність [Текст] : підручник / за ред. П. Ю. Балабана. – Харків : Світ книг, 2018. – 452 с.
2. Комерційна діяльність [Текст] : навч. посібник / Я.М. Антонюк ; І. М. Шиндировський. – Львів : Магнолія-2006, 2017. – 332 с.
3. Комерційна діяльність [Текст] : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / О. М. Михайленко. – Полтава : ПУЕТ, 2014. – 198 с.
4. Комерційна діяльність [Текст] : підручник / за ред. В.В. Апопій ; С.Г. Бабенко ; Я.А. Гончарук ; [та ін.]. – 2-ге вид., перероб., доп. – К. : Знання, 2008. – 558 с.

### Допоміжна література

5. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 521 с.
6. Балабан М.П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку: Монографія. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005. – 153 с.
7. Бланк І.А. Торговий менеджмент. – К.: Українсько-фінський інститут менеджмента і бізнеса, 2004. – 408 с.
8. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Оптова торгівля: організація і технологія. Навч. посібн. – К: КНЕУ, 2007. 264 с.
9. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/073.00.1/Б/ ОК 31-2022
	Екземпляр № 1	Арк 15/15

10. Внутрішня торгівля України [Текст] : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 864 с.
11. Інфраструктура товарного ринку / Белявцев М.І. : Навч. посіб. – К.:ЦНЛ, 2005. - 416 с.
12. Інфраструктура товарного ринку: Теоретичні засади: Підручник / За ред. О.О. Шубіна. К.: Знання, 2009. — 379 с.
13. Комерційна пропозиція [Текст] / Л. Брегус // Діловодство та документообіг. – 2012. – № 11. – С. 3–9.
14. Комерційна діяльність + [Електронний ресурс] : Навч. посібник / Н.О. Криковцева ; О.Б. Казакова ; Л.Г. Саркісян ; [та ін.]. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 296 с.
15. Крисько Ж. Л. Сутність та види комерційної діяльності підприємства / Ж. Л. Крисько // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє: Щорічник. – Випуск 18 / За заг. ред. М. В. Лазаровича. – Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2014. – С. 75- 83.
16. Підприємницькі мережі в торгівлі [Текст] : монографія / за ред. Н. О. Голошубова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344 с.
17. Организация и управление торговым предприятием / Брагин Л.А., Данько Т.П.: Навч.посібн. - М.: ИНФРА-М, 2005.-302 с.
18. Стратегічне управління корпораціями [Текст] : навч. посібник / О. М. Скібіцький, В. В. Матвеев, В. І. Щелкунов, С. М. Подреза. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – 480 с.
19. Оптова торгівля в Україні [Текст] : монографія / за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 208 с.
20. Смиринський В.В. Основи логістичного менеджменту. – К.: Основа, 2004. – 327 с.
21. Торгова реклама: теорія і практика управління [Текст] : монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Ортинська, Т. В. Дубовик. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 188 с.
22. Фатрелл Чарльз. Основы торговли / Пер. с англ. – Тольятти: «Издательский дом ДОВГАНЬ», 1995. – 720 с.
23. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

### **Інформаційні ресурси в Інтернеті**

- <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);
- <http://barhan.poll/ava,ua/marek/> – розділ маркетинг і реклама: теорія практичні поради;
- <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України);
- <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики);
- <http://www.obriy-marketing.kiev.ua> – маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (Обрій-маркетинг);
- <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професіональний журнал;
- <http://udc.com.ua/> – проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма;
- <http://www.i2.com.ua> – Бібліотека інтелектуальні системи прогнозування: фінанси, валюта, економіка, маркетинг, менеджмент, цінні папери, біржі;