

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Державного університету
«Житомирська політехніка»

протокол від __ _____ 20__ р.
№ __

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ для проведення практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Організація і технологія комерційної діяльності»

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

факультет бізнесу та сфери обслуговування
(назва факультету)

кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
(назва кафедри)

Рекомендовано на засіданні
кафедри менеджменту, бізнесу
та маркетингових технологій
(назва кафедри)

5 квітня 2024 р., протокол №

—

Розробник: к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та
маркетингових технологій СОТНИК Ангеліна
(науковий ступінь, посада, ПРІЗВИЩЕ, власне ім'я)

Житомир
2024

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 2

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
СТРУКТУРА (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
Тема 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг.....	5
Тема 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на товарному ринку. Система зв'язків на ринку та їх правове регулювання.....	6
Тема 3. Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності.....	7
Тема 4. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів.....	8
Тема 5. Комерційна діяльність оптових підприємств.....	10
Тема 6. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів.....	11
Тема 7. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах).....	13
Тема 8. Комерційний ризик і шляхи його пом'якшення.....	14
СИТУАЦІЙНІ ВПРАВИ.....	16
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	26

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 3

ВСТУП

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 торгово-посередницькій 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.

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

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

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

ПРН 2. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ПРН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ПРН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 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 організації та технології комерційної діяльності								
Тема 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів та послуг	11	2	4	5	15	0,5	0,5	10
Тема 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на товарному ринку. Система зв'язків на ринку та їх правове регулювання	11	2	4	5	15	0,5	0,5	10
Тема 3. Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності	11	2	4	5	15	0,5	1	10
Тема 4. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів	12	2	4	6	15	0,5	1	10
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	45	8	16	21	60	2	3	40
Змістовий модуль 2. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств в сучасних умовах розвитку.								
Тема 5. Комерційна діяльність оптових підприємств	11	2	4	5	15	0,5	-	10
Тема 6. Комерційна робота з роздрібного продажу товарів	11	2	4	5	15	0,5	1	10
Тема 7. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)	11	2	4	5	15	0,5	1	10
Тема 8. Комерційний ризик і шляхи його пом'якшення	12	2	4	6	15	0,5	1	10
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	45	8	16	21	60	2	3	40
ВСЬОГО	90	16	32	42	90	4	6	80

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 5

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

Практичне заняття 1. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів і послуг

План

1. Поняття, зміст комерційної діяльності.
2. Види і класифікація суб'єктів комерційної діяльності.
3. Об'єкти комерційної діяльності.
4. Поняття комерційного процесу.
5. Структура комерційної діяльності.
6. Основні функції та принципи комерційної діяльності.
7. Чинники, які впливають на розвиток комерційної діяльності.
8. Маркетингові дослідження ринку – початкова фаза комерційної діяльності.

Ключові терміни і поняття: підприємство, підприємництво, комерційна діяльність, завдання, цілі, функції, суб'єкт комерційної діяльності, маркетингові дослідження.

Питання для обговорення:

1. Історія виникнення комерційної діяльності.
2. Охарактеризуйте нормативно-правове регулювання комерційної діяльності з урахуванням специфіки ведення діяльності.
3. Розкрийте зміст процесів, що виконуються у торгівлі.
4. Назвіть роль і задачі комерційної роботи на сучасному етапі.
5. Охарактеризуйте суб'єктів комерційної діяльності.

Практичне заняття 2. Науково-теоретичні основи комерційної діяльності на ринку товарів і послуг

План

1. Товар як об'єкт комерційної діяльності.
2. Комерційна класифікація товарів.
3. Послуга як об'єкт комерційної діяльності
4. Принципи комерційної діяльності.
5. Фактори розвитку комерційної діяльності.

Ключові терміни і поняття: товар, послуга, принципи, фактори розвитку комерційної діяльності.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 6

Питання для обговорення:

1. Що таке товар?
2. Охарактеризуйте види товарів залежно від класифікаційних ознак.
3. Сутність послуги як об'єкта комерційної діяльності.
4. Охарактеризуйте принципи комерційної діяльності.
5. Наведіть стимулюючі і стримуючі фактори розвитку комерційної діяльності.
6. Що таке маркетингові дослідження?

Тема 2. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на товарному ринку. Система зв'язків в умовах ринку та їх правове регулювання

Практичне заняття 3. Інфраструктурне забезпечення комерційної діяльності на товарному ринку

План

1. Поняття та сутність товарного ринку.
2. Ринкова інфраструктура та її характеристика.
3. Система, структура та класифікація господарських зв'язків в умовах ринку

Ключові терміни і поняття: ринок, товарний ринок, інфраструктура товарного ринку, господарські зв'язки.

Питання для обговорення:

1. Розкрийте сутність товарного ринку.
2. Охарактеризуйте типи товарних ринків.
3. Що таке сегментація товарного ринку?
4. Що таке інфраструктура товарного ринку?
5. Розкрийте зміст елементів інфраструктури товарного ринку.
6. Охарактеризуйте функції інфраструктури товарного ринку.
7. Комерційні служби суб'єктів товарного ринку: призначення, функції, зміст їх роботи.

Практичне заняття 4. Система зв'язків на товарному ринку та їх правове регулювання

План

1. Сутність організаційно-правового регулювання господарських зв'язків. Методи державного регулювання.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 7

2. Господарський договір. Функції господарського договору.
4. Види господарських договорів.
5. Загальний порядок укладання господарських договорів згідно з Господарським кодексом України.
6. Ділова гра «Ведення переговорів»

Ключові терміни і поняття: організаційно-правове регулювання, господарський договір, угода, контракт.

Питання для обговорення:

1. Організаційно-правове регулювання взаємодії суб'єктів на товарному ринку: значення і завдання.
2. Назвіть види господарських договорів.
3. Охарактеризуйте господарські договори за класифікаційними ознаками.
4. Назвіть можливі комерційні спори і суперечки, які пов'язані з укладанням і виконанням господарських договорів.
5. Наведіть порядок розв'язання і вирішення спорів і суперечок у комерційній практиці.
6. Назвіть загальні норми ведення комерційних переговорів, їх значення та визначення осіб для ведення переговорів.

Тема 3. Організація роботи комерційних служб та показники аналізу ефективності комерційної діяльності

Практичне заняття 5. Організація роботи комерційних служб. Види і критерії ефективності комерційної діяльності

План

1. Комерційна служба: завдання, особливості функціонування.
2. Організація роботи комерційних служб.
3. Сутність ефективності комерційної діяльності.
4. Економічний і соціальний ефект комерційної діяльності.
5. Фактори впливу на ефективність комерційної діяльності.
6. Інформаційна база для оцінки ефективності комерційної діяльності.

Ключові терміни і поняття: комерційна служба, ефект, ефективність, економічний ефект, соціальний ефект, оцінка ефективності комерційної діяльності.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 8

Питання для обговорення:

1. Як Ви розумієте поняття «ефект» і «ефективність» діяльності підприємства?
2. Поняття ефекту та витрат.
3. Які виокремлюють види ефектів комерційної діяльності?
4. Що таке ефективність комерційної діяльності?
5. Критерій ефективності комерційної діяльності.
6. Назвіть фактори, які впливають на формування ефективності комерційної діяльності.
7. Охарактеризуйте джерела інформації, які використовуються для оцінки ефективності комерційної діяльності.

Практичне заняття 6. Оцінка ефективності комерційної діяльності

План

1. Види показників оцінки ефективності комерційної діяльності.
2. Система показників оцінки економічної ефективності комерційної діяльності.
3. Принципи формування показників ефективності комерційної діяльності.
4. Оцінка ефективності виконання комерційних договорів.
5. Міні-кейс «Оцінка ефективності комерційної діяльності».

Ключові терміни і поняття: показник, види показників, система показників.

Питання для обговорення:

1. Які Ви знаєте види показників оцінки ефективності комерційної діяльності.
2. Охарактеризуйте принципи формування системи показників оцінки ефективності комерційної діяльності.
3. Яким чином можна визначити ефективність виконання комерційних договорів?

Тема 4. Комерційні операції по закупівлі та формуванню товарних запасів

Практичне заняття 7. Операції по закупівлі товарів та їх комерційне забезпечення

План

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 9

1. Сутність, принципи та зміст закупівельної роботи
2. Методи, способи та прийоми вивчення купівельного попиту.
3. Планування закупівель товарів.
4. Оперативний облік і контроль оптових закупівель товарів
5. Джерела постачання та постачальники товарів.
6. Методи оцінки постачальників товарів.
7. Міні-кейс «Проблеми з закупівлями».

Ключові терміни і поняття: закупівельна робота, купівельний попит, планування, методи оцінки постачальників.

Питання для обговорення:

1. Розкрийте сутність закупівельної діяльності як найважливішого елемента комерційної діяльності на оптовому ринку товарів та послуг (суть, мета та принципи здійснення).
2. Охарактеризуйте зміст оперативного планування закупівель товарів.
3. Назвіть та охарактеризуйте методи планування оптових закупівель.
4. Назвіть чинники, які впливають на вибір постачальників товарів: виробничої потужності, ціни, якості, комплектності поставок товарів, віддаленості постачальників, фінансових умов, умов платежів тощо.
5. Охарактеризуйте сутність попереднього і кінцевого вибору постачальника товарів.
6. Сутність оперативного обліку і контролю оптових закупівель товарів: значення і завдання.
7. Організація оперативного контролю за закупівлями і надходженням товарів.

Практичне заняття 8. Управління товарними запасами. Моделі оптимізації товарних запасів

План

1. Значення товарних запасів та управління ними в оптовій торгівлі.
2. Стратегії управління товарними запасами.
3. Вартість розміщення замовлення.
4. Витрати на зберігання.
5. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.
6. Зміст договору поставки.
7. Правила Incoterms.

Ключові терміни і поняття: товарні запаси, управління товарними

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 10

запасами, оптимальна партія замовлення, методи вибору постачальника, договір поставки, правила Incoterms.

Питання для обговорення:

1. Визначте значення товарних запасів та управління ними в оптовій торгівлі.
2. Охарактеризуйте стратегії управління товарними запасами.
3. Методика визначення економічного обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.
4. Охарактеризуйте зміст договору поставки.
5. Охарактеризуйте сутність та зміст правил Incoterms.

Тема 5. Комерційна діяльність оптових підприємств

Практичне заняття 9. Організація оптового продажу товарів. Методи оптового продажу

План

1. Роль оптових підприємств у доведенні товарів від виробників до споживачів.
2. Класифікація і характеристика видів посередників в оптовій торгівлі.
3. Форми і методи оптової реалізації та фактори, що визначають їх вибір.
4. Методи прискорення оборотності товарів.

Ключові терміни і поняття: підприємства оптової торгівлі, посередники в оптовій торгівлі,

Питання для обговорення:

1. Назвіть сутність та завдання оптового продажу товарів.
2. Охарактеризуйте фактори розвитку оптової ланки в економічному механізмі ринкового типу
3. Охарактеризуйте діяльність посередників оптової торгівлі.
4. Узагальніть функції оптових посередників торгівлі.
5. Що розуміється під транзитним і складським товарорухом?
6. Які умови доцільності застосування транзитного і складського товароруху?
7. Охарактеризуйте методи прискорення оборотності товарів.

Практичне заняття 10. Форми і методи оптової торгівлі

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 11

План

1. Форми оптового продажу товарів: транзитний продаж та продаж товарів зі складів.
2. Методи оптового продажу товарів: за особистим відбором товарів покупцями; за письмовими, телефонними заявками; через роз'їзних товарознавців; через авто склади; поштовими посилками.
3. Організація надання послуг оптовими підприємствами клієнтам. Класифікація послуг.

Ключові терміни і поняття: форми оптової торгівлі, методи оптової торгівлі.

Питання для обговорення

1. Назвіть та охарактеризуйте форми оптового продажу товарів.
2. Назвіть та охарактеризуйте методи оптового продажу товарів.
3. Опишіть процес організації надання послуг оптовими підприємствами клієнтам.
4. Назвіть види послуг, які надають оптові підприємства підприємствам роздрібною торгівлі.

Тема 6. Комерційна робота з роздрібною продажу товарів

Практичне заняття 11. Особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі

План

1. Поняття роздрібною торгівлі. Функції та принципи розвитку роздрібною торгівлі
2. Поняття роздрібною торговельною мережі.
3. Організація постачання товарів у торговельну мережу.
3. Види роздрібною торговельною мережі.
4. Типи та спеціалізація роздрібних торговців.
5. Форми та методи роздрібною продажу товарів.

Ключові терміни і поняття: підприємства роздрібною торгівлі, роздрібна торговельна мережа, спеціалізація роздрібних торговців, форми роздрібною продажу, методи роздрібною продажу.

Питання для обговорення:

1. Чинники і умови розвитку комерційною діяльності в сфері роздрібною торгівлі.
2. Формування асортименту товарів у роздрібною торговельною мережі.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 12

Зміст комерційної діяльності в роздрібній торгівлі.

3. Суть, поняття і зміст асортиментної політики в торгівлі
4. Вплив чинників на формування асортименту товарів у торговельній мережі.
5. Стратегії формування асортименту товарів у роздрібній мережі.
6. Методологічні підходи до формування асортименту товарів у магазинах
7. Принципи формування асортименту. Етапи формування асортименту.
8. Особливості формування асортименту товарів у різних типах магазинів.
9. Регулювання і контроль асортименту товарів у торговельній мережі.

Практичне заняття 12. Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі

План

1. Процес формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі.
2. Критерії вибору стратегії формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі.
3. Міні-кейс «Визначення цільової аудиторії та оптимізація товарного асортименту».

Ключові терміни і поняття: асортимент товарів у роздрібній торгівлі, стратегія формування асортименту товарів, цільова аудиторія, оптимізація товарного асортименту.

Питання для обговорення:

1. Опишіть процес формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі.
2. Що таке асортиментна політика в торгівлі?
3. Охарактеризуйте чинники, які впливають на формування асортименту товарів у торговельній мережі.
4. Які ви знаєте стратегії формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі?
6. Назвіть принципи формування асортименту в роздрібній торгівлі.
8. Як здійснюється регулювання і контроль асортименту товарів у торговельній мережі?

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 13

Тема 7. Організація торгівлі на ярмарках, виставках, біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)

Практичне заняття 13. Організація торгівлі на ярмарках і виставках.

План

1. Роль ярмарок, виставок у підвищенні ефективності комерційної діяльності.
2. Типи торговельних ярмарок, виставок. Порядок їх проведення.
3. Контроль ефективності участі в ярмарках, виставках.

Ключові терміни і поняття: торгівля, ярмарки, виставки.

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте роль ярмарок, виставок у підвищенні ефективності комерційної діяльності.
2. Назвіть і охарактеризуйте типи торговельних ярмарок, виставок.
3. Яким чином (послідовність) здійснюються торговельні операції на ярмарках і виставках.
4. Визначте процес контролю ефективності участі в ярмарках, виставках.

Практичне заняття 14. Організація торгівлі на біржах, аукціонах, конкурсах (тендерах)

План

1. Біржа, як одна з форм організації оптового ринку. Правила біржової торгівлі.
2. Види біржових угод.
3. Комерційна робота брокера.
4. Види аукціонів. Порядок організації торгівлі на аукціонах. Методи їх проведення.
5. Особливості оформлення операцій із закупівлі /продажу/ товарів на аукціонах.
6. Доцільність тендерної торгівлі в умовах ринку. Види торгів.
7. Підготовка та їх оголошення.
8. Подання пропозицій учасниками. Порядок вибору переможця торгів.

Ключові терміни і поняття: торгівля, біржа, аукціон, тендер.

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте роль біржі.
2. Визначте правила біржової торгівлі.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 14

3. Хто такий брокер? Визначте сутність комерційної роботи брокера.
4. Визначте процес контролю ефективності участі в ярмарках, виставках.
5. Охарактеризуйте роль аукціонів.
6. Назвіть порядок та методи організації торгівлі на аукціонах.
7. Визначте доцільність тендерної торгівлі в умовах ринку. Назвіть види торгів.
8. Опишіть процес підготовки та оголошення тендерної торгівлі.
9. Визначте процедуру подання пропозицій учасниками та порядок вибору переможця торгів.

Тема 8. Комерційний ризик і шляхи його пом'якшення

Практичне заняття 15. Сутність комерційного ризику.

План

1. Сутність та функції комерційного ризику.
2. Стратегія управління комерційними ризиками.
3. Принципи формування стратегії управління комерційними ризиками.
4. Етапи розробки стратегії управління комерційними ризиками.

Ключові терміни і поняття: ризик, комерційний ризик, стратегія управління комерційним ризиком.

Питання для обговорення:

1. Дайте визначення поняття «комерційний ризик».
2. Охарактеризуйте основні причини виникнення ризику.
3. Назвіть види ризиків та охарактеризуйте їх.
4. Що Ви розумієте під «стратегією управління комерційними ризиками»?
5. Назвіть принципи формування стратегії управління комерційними ризиками.
6. Охарактеризуйте етапи розробки стратегії управління комерційними ризиками.

Практичне заняття 16. Оцінювання комерційного ризику і шляхи його пом'якшення

План

1. Оцінка комерційного ризику. Зони комерційного ризику.
2. Методи зниження комерційних ризиків.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 15

3. Міні-кейс «Оцінка комерційного ризику»

Ключові терміни і поняття: оцінка комерційного ризику, зона ризику, метод зниження ризику.

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте етапи оцінки комерційного ризику.
2. Що таке «зона ризику комерційної діяльності».
3. Які Ви можете назвати зони комерційного ризику?
4. Охарактеризуйте зони комерційного ризику.
5. Назвіть методи зниження комерційних ризиків
6. Охарактеризуйте внутрішні методи зниження комерційних ризиків.
7. Охарактеризуйте зовнішні методи зниження комерційних ризиків.
8. Що таке страхування ризику?

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 16

СИТУАЦІЙНИХ ВПРАВИ

Ситуація 1

Використовуючи дані таблиці розрахувати величину роздрібного товарообороту за два періоду, а також його динаміку в абсолютному і відносному значенні.

Таблиця 1. Дані для розрахунку роздрібного товарообороту (тис. грн.)

Показники	Квартал 1	Квартал 2
1. Товарні запаси на початок періоду	20010,1	?
2. Надходження товарів	40001,5	41001,3
3. Інше вибуття	4200,8	55001,6
4. Товарні запаси на кінець періоду	?	?

Ситуація 2

Проаналізуйте ефективність використання матеріальним ресурсів на торговельному підприємстві

Таблиця 2. Оцінка ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства

№	Показники	Планове значення	Фактичне значення	Відхилення	
				+ -	%
1	Обсяг товарної продукції, грн.	92560	95410		
2	Матеріальні витрати, грн.	45830	45220		
3	Матеріаловіддача				
4	Матеріаломісткість				
5	Коефіцієнт співвідношення темпів росту обсягу виробництва і матеріальних витрат				
6	Питома вага матеріальних витрат, %				

Ситуація 3

Проаналізуйте виконання плану матеріально-технічного постачання по асортименту.

Таблиця 3. Виконання плану матеріально-технічного постачання по асортименту (тис. грн.)

№	Матеріальні ресурси	Потреба підприємства	Фактичне надходження
1	Арматура	8250	7240
2	Труби	3160	3160
3	Профіль	2260	3210

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 17

Ситуація 4

Визначте план по товарній і реалізованій продукції, якщо обсяг виготовленої продукції становить 100 тис. одиниць, ціна одиниці 25 грн., вартість послуг стороннім організаціям 60 тис. грн. Передбачається зміна залишків готової продукції на складі з 2000 тис. грн. на початку періоду до 500 тис. грн. на кінець періоду.

Ситуація 5

У своїй господарській діяльності торговельне підприємство використовує основні засоби. За даними таблиці 4 проаналізуйте стан і рух основних засобів, ефективність їх використання на підприємстві. Зробіть висновки щодо динаміки розрахованих показників.

Таблиця 4. Вихідні дані для оцінки стану і руху основних засобів торговельного підприємства

№	Показники	Період 1	Період 2
1	Первісна вартість на початок періоду, тис. грн.	3601	
2	Надійшло за рік, тис. грн.	720,2	901,3
3	Вибуло за рік, тис. грн.	240,1	71
4	Товарооборот, тис. грн.	18020	23040
5	Рентабельність товарообороту, %	4,1	4,3
6	Чисельність працівників, осіб	101	105

Ситуація 6

У своїй господарській діяльності торговельне підприємство використовує значний обсяг основних засобів. За даними таблиці 5 проаналізувати стан і рух основних засобів, ефективність їх використання на підприємстві якщо товарооборот 25003 тис. грн., прибуток 3002 тис. грн., середньооблікова чисельність робітників 101 особа.

Таблиця 5. Вихідні дані для розрахунку стану та ефективності використання основних засобів торговельного підприємства

Вартість о.з. на початок року	Надійшло в звітному періоді		Вибуло у звітному періоді
	усього	у т.ч. нових	
3801	1001	601	334

Ситуація 7

Необхідно визначити суму ПДВ, що підлягає сплаті в державний бюджет (відшкодуванню з бюджету) за результатами звітного місяця, якщо підприємство реалізує різні види продукції.

Вихідні дані

Протягом звітного місяця здійснено такі операції:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 18

1. Придбано сировину для основного виробництва на суму 480000 грн. (з урахуванням ПДВ).
2. Реалізовано жетони для торгівельних автоматів — 5100 грн.
3. Відвантажено готову продукцію на суму 42000 грн. (без урахування ПДВ).
4. Продано продукцію спеціального призначення для інвалідів на суму 780 грн.
5. Здійснено витрати зі сплати податку, які не підтверджені документально, на суму 2000 грн.
6. Придбано верстати для використання у виробництві товарної продукції, на суму 280000 грн.
7. Виплачено зарплату товаром на суму 3600 грн.

Ситуація 8

Фактична роздрібна ціна підакцизного товару (ціна у фіскальному чеку) 126 грн, включаючи ПДВ (20%) та акциз (5%). Визначте суму податкового зобов'язання з ПДВ та суму податкового зобов'язання з акцизного податку.

Ситуація 9

Визначити відпускну ціну підакцизного товару за наведеними даними: собівартість виробу – 200 грн., норма прибутку – 25 %, ставка акцизного збору – 5 %, ставка ПДВ – 20 %.

Ситуація 10

За даними таблиці 1 визначте можливий рівень комерційного доходу від реалізації товарів торговельного підприємства.

Таблиця 6. Дані торговельної діяльності підприємства

Показники	Значення
Обсяг закупівлі товарних ресурсів, тис. грн.	300025
Структура обороту зі закупівлі, %	
1. Тканини	5,1
2. Одяг та взуття	5,8
3. Меблі та килими	5,9
4. Побутова техніка	10,2
5. Інші товари	73
Рівень торговельної надбавки, %	
1. Тканини	22,1
2. Одяг та взуття	25,1
3. Меблі та килими	18,1
4. Побутова техніка	30,1
5. Інші товари	15

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 19

Ситуація 11

Визначте рентабельність комерційної діяльності підприємства та рівень витрат обігу, якщо вартість реалізованої продукції і послуг становить 3690 тис. грн., витрати обігу 2100 тис. грн.

Ситуація 12

Визначте показники ефективності використання товарних ресурсів торговельного підприємства (кількість обортів протягом періоду, частка нереалізованої продукції у загальній вартості товарної маси, рентабельність товарообороту) використовуючи дані таблиці 7.

Таблиця 7. Вихідні дані для розрахунків

№	Показники	2016 р.	2017 р.
1	Товарооборот, тис. грн.	11800	12014
2	Товарні запаси, тис. грн.	270	300
3	Прибуток, тис. грн.	790	855

Ситуація 13

Оцініть розвиток торговельного підприємства за даними таблиці 8. Порахуйте показники: темп зростання прибутку, темп зростання товарообороту, темп зростання витрат обігу, темп зростання фондомісткості, темп зростання чисельності працівників.

Таблиця 8. Вихідні дані для розрахунків

№	Показник	2016 р.	2017 р.
1	Вартість реалізованої продукції, тис. грн.	2360	2700
2	Вартість реалізованих послуг, тис. грн.	180	201
3	Витрати на транспортування продукції, тис. грн.	100	112
4	Витрати по доставці, тис. грн.	79	70
5	Витрати зберігання товарів, тис. грн.	50	50
6	Витрати реалізації товарів і послуг, тис. грн.	99	95
7	Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	1018	1000
8	Чисельність працівників, осіб	100	113

Ситуація 14

Визначте рентабельність комерційної діяльності підприємства та рівень витрат обігу, якщо вартість реалізованої продукції і послуг становить 3690 тис. грн., витрати обігу 2100 тис. грн.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 20

Ситуація 15

Визначте показники ефективності використання товарних ресурсів торговельного підприємства (товарооборотність, кількість обертів протягом періоду, частка нереалізованої продукції у загальній вартості товарної маси, ефективність одного обороту) використовуючи дані таблиці 9.

Таблиця 9. Вихідні дані для розрахунків

№	Показники	2016 рік		2017 рік	
		Початок	Кінець	Початок	Кінець
1	Товарооборот, тис. грн.	11800		12014	
2	Товарні запаси, тис. грн.	250	270	298	300
3	Витрати обігу, тис. грн.	790		855	

Ситуація 16

У першому кварталі року підприємство реалізувало 5000 виробів за ціною 80 грн за один виріб, що покрило витрати підприємства, але не дало прибутку. Загальні постійні витрати складають 70000 грн, питомі змінні витрати – 60 грн. В другому кварталі було виготовлено та реалізовано 6000 виробів. У третьому кварталі планується збільшити прибуток на 10% у порівнянні з другим. Визначте, який обсяг продукції необхідно реалізувати, щоб збільшити прибуток на 10%.

Ситуація 17

У звітному періоді підприємство виробило 500 виробів С, з яких 57% найвищої категорії якості. Планом передбачено збільшити випуск продукції найвищої якості до 80% у загальному обсязі виробництва виробу С. Ціна виробленої категорії 1500 грн., найвищої категорії – 1800 грн. Умовно-змінні витрати для виробів найвищої категорії – 1450 грн/од, а умовно-постійні витрати – 25000 грн. Визначити суму прибутку за рахунок додаткової реалізації продукції найвищої категорії.

Ситуація 18

Підприємство “Nord”, відомий вітчизняний виробник побутової техніки, планує вийти на ринок однієї з країн Далекого сходу. Національне виробництво побутових холодильників у цій країні забезпечує попит лише на 20-25%, тому інтерес з боку експортерів-виробників цієї продукції досить великий. Основним конкурентом на даному етапі є холодильники фірми “LG”, яка вже захопила 20% досліджуваного ринку.

Підприємство “Nord” розглядає можливість виходу на ринок даної країни з холодильниками марок “Cool” та “Oreon”. Параметри якості холодильників наведено в таблиці 10, а їх вартісні характеристики – у таблиці 10.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 21

Таблиця 10. Основні параметри якості холодильників підприємств “Nord” та “LG”

№ з/п	Параметр	Розмірність параметра	Марка холодильника підприємства			Коефіцієнт вагомості параметра
			AT “Nord”		“LG”	
			“Cool”	“Oreon”		
1.	Надійність (ресурс)	тис. год.	130	100	130	30
2.	Температура низькотемпературного відділення (НТВ)	°C	-15	-12	-12	19
3.	Ємність НТВ	дм ³	50	40	60	20
4.	Дизайн, у балах за 10 – бальною шкалою	бал	6	4	5	15
5.	Об’єм	л.	280	250	240	16

Таблиця 11 Вартісні характеристики холодильників підприємств “Nord” та “LG”

№ з/п	Вартісні характеристики	Марка холодильника		
		“Cool”	“Oreon”	“LG”
1.	Ціна (Цпр), грн.	11700	11400	13000
2.	Сумарні витрати споживачів за весь термін експлуатації (М), грн.	44500	56600	59000

Визначить інтегральні показники конкурентоспроможності двох марок холодильників підприємства “Nord” стосовно холодильника “LG” і прийміть рішення про доцільність виходу на досліджуваний ринок.

Ситуація 18

Після вибору засобів розповсюдження рекламної інформації треба вибрати конкретні рекламоносії. Найважливішим показником при тому є порівняльна вартість звернення у даному рекламо носії. У таблиці 20 наведено деякі характеристики трьох газет, що їх може вибрати фірма в ході рекламної компанії.

Видання	Тариф за одну полосу ф.А4, грн.	Тираж	Коефіцієнт обігу*
Газета „А”	3200	65000	2,3
Газета „Б”	3700	70000	2,7
Газета „С”	1600	28000	2,1

*Коефіцієнт обігу показує середню кількість читачів, через руки яких проходить примірник даного носія.

Порівняйте газети за показником тарифу на 1000 примірників.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 22

Ситуація 19

У першому кварталі року підприємство реалізувало 10000 виробів за ціною 160 грн за один виріб, що покрито витрати підприємства, але не дало прибутку. Загальні постійні витрати складають 150000 грн, питомі змінні витрати – 95 грн. В другому кварталі було виготовлено та реалізовано 12000 виробів. У третьому кварталі планується збільшити прибуток на 15% у порівнянні з другим. Визначте, який обсяг продукції необхідно реалізувати, щоб збільшити прибуток на 15%.

Ситуація 20.

Згідно з даними обліку вартість подання одного замовлення становить 500 грн., річна потреба в комплектуючому виробі — 1000 шт., ціна одиниці комплектуючого виробу — 600 грн., вартість зберігання комплектуючого виробу на складі дорівнює 25 % його ціни. Визначте оптимальну партію замовлення.

Ситуація 21.

Фірма закупає у виробника товар, що розфасовано в скляній тарі. Покупна вартість товару – 10 грн. за одиницю. Кількість товару в партії – 1000 шт. Під час транспортування товару від виробника до фірми має місце бій скляного посуду, внаслідок чого фірма має збитки. Відсоток бою 5%. Фірма отримала пропозицію від виробника купувати товар, що розфасований в пластикову тару, що виключає втрати товару під час транспортування. Вартість товару в пластмасовій тарі складає 11 грн. Ціна реалізації – 15 грн. Визначити, яка пропозиція постачальника забезпечить більшу ефективність торгової угоди для фірми?

Ситуація 22.

Ви - співробітник компанії «Золота курочка», ваша професійна сфера торгівля товарами. Ви домовилися про постачання товарів з Житомирської області великому київському дилеру. Товар вже в дорозі. Клієнт ультимативно зажадав зустрічі з приводу зміни умов поставок. На зустрічі він вимагає змінити умови поставки і розфасовку. Говорить про те, що у нього є інший постачальник, який готовий виконати всі його умови і дати кращу ціну.

Клієнт - комерційний директор бази.

Ваша мета - врегулювати конфлікт, зберегти довгострокові відносини і запобігти подібним ситуаціям в майбутньому.

Клієнт. У вас немає іншого постачальника, але вам необхідно отримати необхідні вам умови. Ви допустили помилку, пообіцявши вашому клієнтові іншу розфасовку. Якщо ви не домовитесь з компанією «Пташечка», відповідати доведеться вам перед вашим клієнтом.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 23

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

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.
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. Формування та управління виробничими запасами.
14. Організаційні основи та поняття торговельної діяльності.
15. Планування матеріально-технічної бази торговельного підприємства.
16. Оптова та роздрібна торгівля.
17. Державні закупівлі в Україні.
18. Планування асортименту товарів. Маркетингові комунікації в комерційній діяльності.
19. Нормування та планування товарних запасів торговельного підприємства.
20. Планування надходжень та закупівля товарів.
21. Планування персоналу та заробітної плати в комерційній діяльності.
22. Планування витрат в торговельній діяльності.
23. Фінансове планування на підприємстві.
24. Бізнес-план комерційного підприємства.
25. Господарські ризики в комерційній діяльності.
26. Франчайзинг в Україні.
27. Комерційна діяльність посередницьких підприємств.
28. Фірмова торгівля.
29. Інтернет-технології в комерційній діяльності.
30. Сучасний розвиток ритейлу в Україні.

СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦІЇ

Презентація повинна містити:

- Титульний слайд;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 24

- 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

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;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 25

- 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- 05.01/076.00.1/Б/ ОК 22-2024
	Екземпляр № 1	Арк 26 / 26

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Гариш О.М., Капелюшна Т.В., Мартиненко М.О. Організація торгівлі: навч. посіб. К.: ДУТ. 2020. 174 с
2. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум. Навч. посібник [М.В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, С.С. Матієнко та ін.] / за наук. ред. д.е.н., проф. Семикіної М.В. Кропивницький: Видавець Лисенко В.Ф., 2020. 212 с.
3. Живець А. М., Комліченко О. О., Наконечна В. І. Комерційна діяльність [Текст] : навч. посіб. Херсон : Олді-Плюс, 2021. 306 с
4. Національний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля» Терміни та визначення понять ДСТУ 4303 : 2004. URL : https://www.ksv.biz.ua/publ/dstu/dstu_4303_2004/3-1-0-1285

Допоміжна література

5. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Маркетингові підходи в управлінні збутовою діяльністю оптових торговельних підприємств. Підприємництво і торгівля. 2021. № 8. С. 7-14.
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
7. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: АграрМедіаГруп, 2021. 454 с.
8. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с
9. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

Інформаційні ресурси в Інтернеті

10. Міністерство економіки України URL : <https://www.me.gov.ua>
11. Міністерство фінансів України URL : <https://www.mof.gov.ua/uk>
12. Державна служба статистики. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Європейський банк реконструкції і розвитку URL : <http://www.ebrd.com/>