**ЗВО «ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»**

**ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**СИЛАБУС**

**вибіркової навчальної дисципліни Циклу професійної підготовки**

**«Комерційна діяльність»**

|  |  |
| --- | --- |
| Освітній ступінь | Бакалавр |
| Галузь знань | 07 «Управління та адміністрування» |
| Спеціальність | 075 «Маркетинг» |
| Освітня програма | «Маркетинг» |

**МЕТА ДИСЦИПЛІНИ**

Засвоєння знань щодо формування системи професійних компетентностей щодо визначення пріоритетних напрямів комерційної діяльності та умов її здійснення в сучасних умовах господарювання. Основним завданням дисципліни є надання знань про систему взаємовідносин посередницьких структур з виробниками і споживачами; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності комерційної діяльності.

**ПЕРЕЛІК ОЧІКУВАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

1. Уміти визначати завдання та функції суб’єктів комерційної діяльності.
2. Проводити кон’юнктурні дослідження ринків.
3. Формувати попит на товари.
4. Встановлювати комерційні зв’язки і відносини підприємств.
5. Здійснювати організацію закупівлі.
6. Застосовувати методи оцінювання показників.
7. Здійснювати планування витрат комерційної діяльності та ціноутворення в комерційній діяльності підприємств.

**ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

1. Знання значення ринку товарів і послуг як сфери комерційної діяльності.
2. Розуміти сутність та процес організації комерційної діяльності.
3. Застосовувати методи оцінювання господарсько-фінансової діяльності підприємств.
4. Знання основ державного регулювання комерційної діяльності.

***Анотація дисципліни.***Ринок і комерційна діяльність. Сутність, мета і завдання комерційної діяльності. Суб’єкти ринку: “комерсант”, “бізнесмен”, “посередник”, “менеджер”. Посередницькі підприємства і структури. Комерційно-посередницька діяльність. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств. Роль і задачі розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі. Методологічні основи комерційної діяльності. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг. Управління формуванням і розвитком цільових ринків. Етичні норми у комерційному посередництві.

Кон’юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами. Цілі, завдання і зміст кон’юнктурних досліджень товарних ринків. Інфраструктура товарного ринку. Технологічна послідовність проведення досліджень. Кон’юнктурні характеристики товару на ринку. Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень по результатам кон’юнктурних досліджень. Вибір методів збирання, систематизації та аналізу даних досліджень. Дослідження зовнішнього середовища. посередницьких підприємств. Дослідження конкурентів і визначення їх позицій. Вивчення намірів і уподобань споживачів. Визначення факторів успіху товарів на ринку. Визначення кон’юнктури товарного ринку.

Формування попиту споживачів на продукцію та послуги. Комерційно-посередницька діяльність у сфері товарного обігу. Методи побудови і ведення комерційно-посередницької діяльності у торговому підприємстві. Поєднання попиту і пропозиції у торгово-посередницькій діяльності. Торговий капітал і торговий прибуток у посередницькій діяльності. Сукупна пропозиція і сукупний попит. Заощадження і нагромадження. Формування платоспроможного попиту на продукцію і послуги. Товарно-асортиментна політика та її складові. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту з врахування потреб ринку. Роль маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки. Інтегровані маркетингові комунікації та їх роль у формування попиту споживачів товарів і послуг.

Комерційні зв’язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування. Сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв’язків у торговельній і посередницькій діяльності. Комерційні зв’язки у сфері товарного обігу і послуг. Загальні принципи договірних відносин і контрактної політики у посередницькій діяльності. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у комерційно-посередницьких угодах: поставки, надання посередницьких послуг, комісії, консигнації, франчайзингу. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору.

Організація закупівель і реалізації продукції. Сутність, роль і зміст закупівельної роботи. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів. Класифікація постачальників. Організація договірних відносин з постачальниками товарів. Контроль та облік надходження товарів від постачальників. Оптові ярмарки (виставки) та їх роль у закупівлі товарів.

Система державних закупівель в Україні. Організація процесу і принципи державних закупівель. Формування і організація діяльності тендерного комітету. Розробка, структура, порядок надання тендерної документації. Оцінка тендерних пропозицій. Укладення контракту та умови його виконання. Торгівля на акуціонах і торгах. Сутність, роль і зміст комерційно-посередницької діяльності з продажу товарів.і послуг. Організація комерційної роботи з оптового і роздрібного продажу товарів. Види, форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.

Матеріально-технічна база комерційної діяльності. Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств. Склади і складські комплекси та їх роль в забезпеченні ефективної діяльності комерційно-посередницьких підприємств.. Інвестиційно-інноваційна політика як основа формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів. Умови успішного вирішення логістичних задач торгово-посередницької діяльності. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності. Комп’ютери, програмне забезпечення і мережеві технології та їх використання у посередницькій діяльності. Бази даних. Використання сучасних засобів телекомунікацій у формуванні і розвитку фінансово-господарських зв’язків посередницьких підприємств. Інтерактивні засоби торгового посередництва. Технології та засоби Інтернет і електронні магазини у посередницькій діяльності.

Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств і ефективності обслуговування споживачів. Комплексна модель оцінки техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур. Основні блоки моделі: оцінка стану основних фондів і матеріально-технічної бази підприємства, макроекономічна оцінка підприємства з врахуванням її положення на ринку, факторний аналіз основних показників комерційної діяльності. Застосування теорії опціонів у практиці оцінки бізнесу. Особливості оцінки техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування. Система показників аналізу ефективності обслуговування споживачів. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.

Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків. Обігові кошти комерційно-посередницьких підприємств. Сутність, склад і структура обігових коштів. Джерела утворення обігових коштів. Нормування обігових коштів і засобів. Показники використання обігових коштів. Методи оплати посередницьких послуг. Форми і методи розрахунків при здійсненні торгово-посередницьких операцій. Готівкова і безготівкова форми розрахунків. Розрахунки у іноземній валюті. Кредитна політика посередницького підприємства. Фінансове і товарне кредитування.

Планування витрат комерційної діяльності. Зміст, форми і методи стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства. Роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств. Визначення пріоритетності витрат при плануванні комерційної діяльності. Розробка кошторису витрат. Бізнес-операції та їх ресурсне забезпечення з врахуванням ринкових ризиків і витрат. Бізнес-план посередницького підприємства: розрахунок можливих доходів і витрат, оцінка ринку збуту конкретних товарів і послуг, оцінка маркетингу, план реалізації, фінансовий план та ін.

Ціноутворення в комерційній діяльності посередників. Основні принципи цінової політики у комерційній діяльності. Зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на ціноутворення. Ціноутворення на ринках різних типів. Аналіз співвідношення ціни і попиту. Витрати, ціни і пропозиції конкурентів. Встановлення ціни на нові товари. Стратегії ціноутворення. Ціноутворення у межах товарної номенклатури і товарного асортименту. Коригування цін. Ціноутворення зі знижками та заліками. Диференційоване ціноутворення. Ціноутворення з метою стимулювання збуту. Ініціативні зміни цін.

|  |
| --- |
| Тема дисципліни |
| Тема 1. Сутність комерційної діяльності  |
| Тема 2. Кон’юнктурні дослідження товарних ринків |
| Тема 3. Формування попиту споживачів на продукцію та послуги  |
| Тема 4. Комерційні зв язки і договірні відносини, умови продажу і транспортування |
| Тема 5. Організація закупівель і реалізації продукції |
| Тема 6. Матеріально- технічна база комерційної діяльності  |
| Тема 7. Показники техніко-організаційного рівня комерційних підприємств та методи їх оцінювання |
| Тема 8. Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків |
| Тема 9. Планування витрат комерційної діяльності |
| Тема 10. Ціноутворення в комерційній діяльності |

***Загальна характеристика***

***Обсяг***: 6 кредитів (180 год.), з них: 30 год. - лекцій, 30 год. - практичних занять, 15 год. – індивідуальне навчально-дослідне завдання, 105 год. - самостійна робота.

***Мова викладання***: українська

**Система оцінювання роботи здобувачів освіти упродовж семестру**

**(таблиця розписується викладачем і може змінюватись)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид діяльності студента | Максимальна кількість балів за одиницю | Модуль 1 | Модуль 2 |
| кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів |
| І. Обов’язкові |
| 1.1. Відвідування лекцій  | 1 | 7 | **7** | 8 | **8** |
| 1.2. Робота на семінарському і практичному занятті  | 1 | 7 | **7** | 8 | **8** |
| 1.3. Виконання завдань для самостійної роботи  | 0,5 | 7 | **3.5** | 8 | **4** |
| 1.4. Виконання індивідуальних завдань (ІНДЗ)  | 0,2 | 7 | **1,4** | 8 | **1,6** |
| 1.5. Виконання модульної роботи | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| **Разом** |  |  | **24** |  | **26** |
| Максимальна кількість балів за обов’язкові види роботи: **50** |
| ІІ. Вибіркові (за вибором студента) |
| Виконання завдань для самостійного опрацювання |
| 2.1. Складання ситуаційних завдань із різних тем курсу | 5 |  |  |  |  |
| 2.2. Огляд літератури з конкретної тематики | 5 |  |  |  |  |
| 2.3. Складання ділової гри з конкретним прикладним матеріалом з будь-якої теми курсу | 5 |  |  |  |  |
| 2.4. Підготовка наукової статті з будь-якої теми курсу | 10 |  |  |  |  |
| 2.5. Участь у науковій студентській конференції | 5 | 1 | 5 |  |  |
| 2.6. Дослідження українського чи закордонного досвіду | 5 |  |  | 1 | 5 |
| **Разом** | **10** | - | 5 | - | 5 |
| Максимальна кількість балів за вибіркові види роботи: **10** |
| Всього балів за теоретичний і практичний курс: **60** |

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

* своєчасність виконання навчальних завдань;
* повний обсяг їх виконання;
* якість виконання навчальних завдань;
* самостійність виконання;
* творчий підхід у виконанні завдань;
* ініціативність у навчальній діяльності.

***Форма підсумкового контролю***: залік

***Навчально-методичне забезпечення***: лекційний матеріал та презентації, завдання до практичних занять, додаткова рекомендована література розміщено в електронному навчальному курсі на сайті Інтернет-підтримки освітнього процесу за посиланням: https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=727

***Рекомендована література***:

***Основна***

1. Балабан П.Ю.Комерційна діяльність: Підручник. Х.: Світ Книг, 2015. 452 с.
2. Комерційна діяльність: навч. посібник: перевидання / Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. - Львів: Магнолія, 2019. 332 с.

***Додаткова***

1. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М. та інш. Комерційна діяльність: навчальний посібник. Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.
2. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність» для бакалаврів спеціальності «Маркетинг», денної та заочної форм навчання. / Укл.: І.Ю. Кутліна / – К.: Університет «Україна», 2021. – 98 с.

***Обов’язкове дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»,*** доступного за посиланням: <https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/academic_dobrochesnist/Codex.pdf>.

|  |  |
| --- | --- |
| **Відвідування заняття** | Відвідування лекційних, практичних занять є обов’язковим. |
| **Відпрацювання пропущених занять** | Здобувач освіти, який пропустив практичні заняття, самостійно вивчає матеріал за наведеними у силабусі рекомендованими джерелами, виконує завдання та надсилає результат викладачу. Через відсутність здобувача освіти на практичному занятті без поважних причин оцінка буде знижена. |
| **Допуск до заліку** | Відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного, підсумкового контролю та атестації здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, п.3.1.:Оцінювання знань здобувачів вищої та фахової передвищої освіти із навчальних дисциплін, формою підсумкового контролю яких є екзамен, здійснюється на основі результатів поточного, проміжного і підсумкового контролю знань (екзамену). Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач вищої та фахової передвищої освіти за результатами поточних і проміжних контролів, не може перевищувати 60. Здобувач вищої та фахової передвищої освіти не допускається до семестрового контролю з певної навчальної дисципліни, якщо він має заборгованості з лабораторних робіт, комп’ютерного практикуму, семестрових індивідуальних завдань, передбачених робочим навчальним планом на семестр із даної навчальної дисципліни. При цьому викладач у заліково-екзаменаційній відомості робить запис «не допущений» («F»). Здобувач вищої та фахової передвищої освіти контрактної форми навчання може бути не допущений до складання екзамену за невиконання умов контракту, про що у відомості деканат робить таку ж позначку - “не допущений”.Недопуск здобувача вищої або фахової передвищої освіти до семестрового контролю з певної навчальної дисципліни не може бути причиною недопуску його до семестрового контролю з інших навчальних дисциплін. |
| **Підсумкова модульна оцінка** | Підсумкова модульна оцінка є сумою виконаних завдань за два модулі. Максимальна модульна оцінка може складати 60 балів, якщо здобувач освіти виконав всі вимоги, зазначені у Положенні про організацію та методику проведення поточного, підсумкового контролю та атестації здобувачів вищої та фахової передвищої освіти [https://uu.edu.ua/upload/universitet/ normativni\_documenti/Osnovni\_oficiyni\_doc\_UU/Osvitnya\_d \_t/Polozh\_pro\_metodiku\_provedennya\_controlyu\_ta\_atestacii.pdf](https://uu.edu.ua/upload/universitet/%20normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Osvitnya_d%20_t/Polozh_pro_metodiku_provedennya_controlyu_ta_atestacii.pdf). |
| **Залікова оцінка** | Залікова оцінка є результатом виконання залікового завдання. Максимальна оцінка за залік – 40 балів. |
| **Підсумкова оцінка з дисципліни** | Підсумкова оцінка обчислюється як сума підсумкової модульної та залікової оцінки. |

**Викладач:**

**Кутліна Ірина Юріївна**, кандидат технічних наук,

професор кафедри управління та адміністрування

**E-mail:** kutlina53@ukr.net

**Тел.:** +380984151343

**Адреса:** вул. Львівська 23, ІІ корп., каб. 408.

Розглянуто та затверджено на кафедрі управління та адміністрування.

Протокол №1 від 27.08.2021 р.

.

Завідувач кафедри

управління та адміністрування \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ростислав ДУБАС

Перевірено:

Начальник методичного відділу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вікторія БАУЛА