

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Економічний факультет

Кафедра теоретичної і прикладної економіки

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

Освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Спеціальність 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"

Галузь 07 "Управління та адміністрування"

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 29 серпня 2019 р.

м. Івано-Франківськ - 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Комерційна діяльність
Викладач (-і)	Сас Людмила Степанівна доц., к.е.н., доц. Боборикіна Ірина Євгенівна, ас. кафедри теоретичної і прикладної економіки
Контактний телефон викладача	+380971798462 +380938462108
Е-mail викладача	liudmyla.sas@pnu.edu.ua iryna.boborykina@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	3 кредитів ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді та сайті кафедри https://ktipe.pnu.edu.ua/графік-проведення-консультацій/ .
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Комерційна діяльність (лат. commercium — торгівля) — суспільно необхідна діяльність юридичних і фізичних осіб на ринку товарів і послуг зі здійснення операцій купівлі-продажу товарів, і надання послуг з метою задоволення попиту та отримання прибутку</p> <p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Комерційна діяльність» є вивчення процесу організації комерційної діяльності на підприємстві.</p> <p>Об'єктами комерційної діяльності на споживчому ринку є товари та послуги.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів: Змістовий модуль 1. Сутність і завдання комерційної діяльності Змістовий модуль 2. Методи і засоби підвищення ефективності комерційної діяльності Змістовий модуль 3. Управління комерційною діяльністю підприємств</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою викладання навчальної дисципліни “ Комерційна діяльність ” є формування знань про сутність, завдання та управління комерційною діяльністю підприємств, методи і засоби підвищення їх ефективності.</p> <p>1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Комерційна діяльність» є: вивчення основ організації, планування та управління комерційною діяльністю підприємств.</p> <p>1.3. Цілі навчальної дисципліни згідно з вимогами освітньої програми:</p> <p>1. Студент повинен знати:</p> <p>1.1. Основні засади організації і планування закупівель і збуту у комерційній діяльності;</p> <p>1.2. Основні поняття про сутність, особливості, суб'єкти, об'єкти комерційної діяльності;</p> <p>1.3. Основні форми розрахунків комерційних організацій з партнерами;</p> <p>1.4. Основні засади специфіки оптових закупівель товарів на біржі та у закордонних фірм.</p> <p>2. Студент повинен уміти:</p> <p>2.1. Використовувати в теоретико-методологічному дослідженні основні категорії комерційної діяльності;</p> <p>2.2. Аналізувати сучасні тенденції та чинники розвитку комерційної діяльності;</p> <p>2.3. Користуватися адміністративними, фінансовими, кредитними, валютними методами регулювання комерційних операцій;</p> <p>2.4. Підготувати договори постачання, купівлі-продажу товарів, міжнародні контракти</p>	

купівлі-продажу товарів, розробити договір, застосовувати процедуру, техніку підготовки, укладання та виконання договору про надання послуг;

- 2.5.Аналізувати «наповненість » умов контракту;
- 2.6.Обирати базисні умови поставки;
- 2.7.Визначати спосіб фіксації ціни в контракті та її залежність від світових цін;
- 2.8.Розрізняти умови платежів та розрахунків за комерційними операціями;
- 2.9.Вибрати стратегію ділових переговорів;
- 2.10.Користуватися нормативно-правовими документами правового регулювання міжнародних контрактів;
- 2.11.Класифікувати форс-мажорні обставини

3. Студент повинен мати навички:

- 3.1.Визначати товарну і цінову політику організації на ринку;
- 3.2.Розробляти фірмовий блок своєї організації, писати рекламні звернення, оформляти рекламні каталоги, прайс-листи;
- 3.3.Застосовувати сучасні методи управління запасами в організації;
- 3.4.Аналізувати фінансовий стан організації

4. Результати навчання (компетентності)

Результати навчання

ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

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

ПРН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

Компетентності

ІК 1. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідних наук і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

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

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни 90 год.

Вид заняття		Загальна кількість годин	
Лекції		16	
семінарські заняття		16	
самостійна робота		58	
Ознаки курсу			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	076 "Підприємництво,	4	дисципліна вільного вибору студента

	торгівля та біржова діяльність"					
Тематика курсу						
Тема	кількість год.					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	семінари	самостійна робота	лекції	семінари	самостійна робота
Тема 1. Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємства.	1	1	3			4
Тема 2. Функції комерційних служб підприємства	1	1	3	1		4
Тема 3. Суб'єкти комерційної діяльності	1	1	3		1	4
Тема 4. Об'єкти комерційної діяльності	1	1	3	1		4
Тема 5. Дослідження ринку товарів і послуг	1		3			4
Тема 6. Експортно-імпорتنі операції	1	1	3	1		4
Тема 7. Формування асортименту товарів промислових підприємств	1	1	3		1	5
Тема 8. Формування товарного асортименту товарів підприємств оптової торгівлі.	1	1	3	1		5
Тема 9. Ризики та ефективність комерційної діяльності.	1	1	3		1	5
Тема 10. Аналіз комерційної діяльності на підприємствах Змістовий модуль 3. Управління комерційною	1	1	3	1		5
Тема 11. Організація і планування закупівельної діяльності підприємств	1	1	3		1	4
Тема 12. Організація і планування збутової діяльності підприємств	1	1	3	1		4
Тема 13. Організація комерційних зв'язків з постачання і збуту	1	1	3			4
Тема 14. Організація і технологія продажу товарів.	1	1	3		1	4
Тема 15. Комерційна діяльність на оптовому ринку. Організація оптового продажу товарів	1	1	3		1	4
Тема 16. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі	1	1	3			4
ІНДЗ			10			10
Усього годин	16	16	58	6	6	78
6. Система оцінювання курсу						
Загальна	100 балів – (50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен)					

система оцінювання курсу	Поточне тестування та самостійна робота			Залікова робота (залік)	Сума балів з навчальної дисципліни
	Модуль 1		Модуль 2		
	Змістовий модуль 1 поточний контроль	Змістовий модуль 2 Самостійна робота	Змістовий модуль 3 Індивідуальне науково-дослідне завдання		
	Теми 1-16	Теми 1-16	Теми 1-16		
	30	10	10		
	50			50	100

Семінарські заняття Поточні оцінки 2, 3, 4, 5, які можуть отримати під час семінарських занять сумуються і розраховується середнє арифметичне (із заокругленням до десятих). Середній бал за поточний контроль переводиться у 30 бальну шкалу.

Самостійна робота Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (дві спроби – кращий результат). Максимальна кількість балів за тестування становить 10 балів.

Вимоги до письмової роботи Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального науково-дослідного завдання (ІНДЗ).
Студент бере за основу реальне підприємство на якому працює він, його батьки, родичі чи знайомі; або яке розміщено за місцем проживання.
Вихідними даними є загальні характеристики підприємства, характер виробничої діяльності, асортимент продукції, що випускається, ринкові позиції.
Розробляє та оформляє роботу “ Система показників оцінки ефективного розвитку комерційної діяльності торгівельно-посереднього підприємства ” на аркуші формату А4 і приносить на останнє семінарське заняття.
Максимальна кількість балів за ІНДЗ становить 10 балів.

Умови допуску до підсумкового контролю Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові модулі:
ЗМ 1. Поточний контроль (1-30 балів).
ЗМ 2. Самостійна робота (1-10 балів).
ЗМ 3. Індивідуальне науково-дослідне завдання (1-10 балів).
Якщо студент набрав менше 25 балів. Дозволяється, як виняток, з дозволу декана економічного факультету за заявою, погодженою з кафедрою теоретичної і прикладної економіки, одноразове виконання студентом додаткових видів робіт з навчальної дисципліни (відпрацювання пропущених занять, перескладання змістових модулів, виконання індивідуальних завдань тощо) для підвищення оцінок за змістові модулі.

7. Політика курсу

Підсумковою формою контролю є екзамен, який проводиться виключно у письмовій формі. Максимальна кількість 50 балів за екзаменаційну роботу. Структура білета включає 4 завдання. Правильна відповідь на 1, 2, 3 питання білету оцінюється максимум в 10 балів; 4 задача оцінюється максимум в 20 балів.

Студентам, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 49, були недопущені або не з'явилися на екзамен, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка не ставиться, а нб округляється.

8. Рекомендована література

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. Організація торгівлі: підручник; 2-ге вид., перероб. та доп. / за редакцією В.В. Апопія. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005.

– 616 с.

2. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу. Навчальний посібник (рек. МОН України). – К.: Знання, 2011. – 495 с.

3. Божкова В.В. Аналіз показників мерчандайзингу - основа оптимізації продаж / В. Божкова, Т. Ярош. К.: «Механізм регулювання економіки» №4, 2007. – С. 132-137.

4. Божкова В.В. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. / В. Божкова, Т. Башук. Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 125 с.

5. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 140 с.

6. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 780 с.

7. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н.О. Голошубова. - К.: Книга, 2004. - 560 с.

8. Єрмошенко М. М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. – 2-е вид. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.

9. Збільшення продажів за допомогою мерчандайзингу. [Електронний ресурс]. Режим доступу до статті: <http://uasol.com/index.php?aid=276>.

10. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2003. - 250 с.

11. Комова М. Діловодство: Навч. посібн. для студентів вищих навчальних закладів - Львів: Тріада плюс, 2006. -217 с.

12. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / Я.В. Литвиненко. Міжрегіональна академія управління персоналом. - К.: Персонал, 2008. - 244 с.

Викладач

Сас Л.С.