

**Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку**

**СИЛАБУС**  
*навчальної дисципліни*  
**КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**  
*вибіркова*

**Освітньо-професійна програма:** Облік і оподаткування

**Спеціальність:** 071 Облік і оподаткування

**Галузь знань :** 07 Управління та адміністрування

**Рівень вищої освіти:** другий (магістерський)

**Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців:** Економічний

**Мова навчання:** Українська

**Розробник:** І.Б. Бабух., к.е.н., доцент

**Профайл викладача (-ів):** <http://mmix.cv.ua/staff/babuh-ilona-borysivna>

**Контактний тел.:** +380661727437

**E-mail:** [i.babuh@chnu.edu.ua](mailto:i.babuh@chnu.edu.ua)

**Сторінка курсу в Moodle:** <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=559>

**Консультації:** **Офлайн консультація:** за попередньою домовленістю

**Онлайн консультація:** згідно з графіком

**1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).** Навчальна дисципліна «Комерційна діяльність» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок щодо обґрунтування сучасних інструментів і методів комерційної діяльності, адаптування їх до реальних умов, проведення об'єктивної оцінки результатів комерційної діяльності та виявлення резервів її вдосконалення на основі прийняття управлінських рішень. Дисципліна орієнтує на розкриття закономірностей суспільного відтворення, економічного зростання та циклічних коливань в економіці на основі обґрунтування сучасних процесів господарських зв'язків та шляхів вирішення проблем в області комерції.

**2. Мета навчальної дисципліни:** набуття майбутніми фахівцями глибоких знань з основ комерційної діяльності та форм і методів її організації, механізму функціонування, методів управління та регулювання, формування у них економічного мислення, навичок аналізувати реальні економічні процеси і приймати обґрунтовані рішення з приводу економічних проблем, пов'язаних з практичною діяльністю в області комерції.

*Завдання дисципліни:* набути теоретичних знань і практичних навичок з організації та технології комерційної діяльності в сфері товарного обігу та формування у майбутніх фахівців мислення, спрямованого на пошук вигідних господарських операцій через купівлю-продаж товарів.

**3. Пререквізити.** (Місце дисципліни в навчальному процесі підготовки магістрів). Теоретичною і методологічною базою вивчення дисципліни є: «Стратегічний менеджмент», «Інформаційні системи та бізнес аналітика», «Управління комунікаціями, конфліктами та бізнес етика», «Організація обліку та оптимізація оподаткування».

**4. Результати навчання.** Результатом вивчення дисципліни «Комерційна діяльність» є набуття здобувачами освіти за ОП «Облік і оподаткування» таких компетентностей та програмних результатів навчання:

<p><i>Загальні компетентності спеціальності</i></p>	<p><b>ЗК1.</b> Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.  <b>ЗК3.</b> Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.  <b>ЗК5.</b> Здатність генерувати нові ідеї (креативність).  <b>ЗК6.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.  <b>ЗК10.</b> Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p>
<p><i>Фахові компетентності спеціальності</i></p>	<p><b>ФК 3.</b> Здатність застосовувати теоретичні, методичні і практичні підходи щодо організації обліку, контролю, планування та оптимізації податкових розрахунків.  <b>ФК 4.</b> Здатність формувати фінансову звітність за міжнародними стандартами, коректно інтерпретувати, оприлюднювати й використовувати відповідну інформацію для прийняття управлінських рішень.  <b>ФК 5.</b> Здатність застосовувати методи і методики аналітичного забезпечення сучасних систем менеджменту з</p>

<p>урахуванням стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності, ризику та/або асиметричності інформації.</p> <p><b>ФК 8.</b> Здатність виконувати адміністративно-управлінські функції у сфері діяльності суб'єктів господарювання, органів державного сектору.</p>
---

### Програмні результати навчання за ОП «Облік і оподаткування»:

**ПРН 1.** Вміти розвивати та підвищувати свій загальнокультурний рівень і професійний рівень, самостійно освоювати нові методи роботи та знання щодо комплексного бачення сучасних проблем економіки та управління.

**ПРН 5.** Володіти інноваційними технологіями, обґрунтовувати вибір та пояснювати застосування нової методики підготовки і надання облікової інформації для потреб управління суб'єктом господарювання.

**ПРН 7.** Розробляти внутрішньофірмові стандарти і форми управлінської та іншої звітності суб'єктів господарювання.

**ПРН 10.** Збирати, оцінювати та аналізувати фінансові та нефінансові дані для формування релевантної інформації в цілях прийняття управлінських рішень.

## 5. Опис навчальної дисципліни

### 5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	1	2	4	120	15	15	-	-	90	-	залік
Заочна	1	2	4	120	6	4	-	-	110	-	залік

### 5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	усьо го	у тому числі					усьо го	у тому числі					
	л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
<b>Теми лекційних занять</b>	<b>Змістовий модуль 1. Вступ до курсу «Управління комерційною діяльністю»: логіка побудови та основні завдання</b>												
Тема 1. Наукові та методичні основи комерційної діяльності	<b>10</b>	2	2	-	-	6	<b>10</b>	2	-	-	-	8	

<b>Тема 2.</b> Суб'єкти й об'єкти комерційної діяльності	<b>9</b>	1	1	-	-	7	<b>10</b>	2	-	-	-	8
<b>Тема 3.</b> Товарний ринок як сфера комерційної діяльності	<b>7</b>	1	1	-	-	5	<b>10</b>	-	-	-	-	10
<b>Тема 4.</b> Інформаційне забезпечення комерційної діяльності	<b>12</b>	1	2	-	-	9	<b>12</b>	-	-	-	-	12
<b>Тема 5.</b> Комерційна логістика як основа оптимізації товароруху	<b>13</b>	2	1	-	-	10	<b>12</b>	-	-	-	-	12
<b>Разом за ЗМ1</b>	<b>51</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	-	-	<b>37</b>	<b>54</b>	<b>4</b>	-	-	-	<b>50</b>
<b>Теми лекційних занять</b>	<b>Змістовий модуль 2. Структура комерційної діяльності в теоретичних побудовах та в торговій практиці</b>											
<b>Тема 6.</b> Організація й управління комерційною діяльністю на ринку B2B та B2G	<b>13</b>	2	2	-	-	9	<b>12</b>	2	2	-	-	8
<b>Тема 7.</b> Організація й управління комерційною діяльністю B2C	<b>12</b>	2	2	-	-	8	<b>14</b>	-	2	-	-	12
<b>Тема 8.</b> Система господарських зв'язків	<b>9</b>	-	1	-	-	8	<b>10</b>	-	-	-	-	10
<b>Тема 9.</b> Електронна комерція як сучасний засіб комерційної діяльності	<b>15</b>	2	2	-	-	11	<b>10</b>	-	-	-	-	10
<b>Тема 10.</b> Ефективність і ризики у комерційній діяльності	<b>9</b>	2	1	-	-	6	<b>10</b>	-	-	-	-	10
<b>Тема 11.</b> Сучасні тренди розвитку та напрямки вдосконалення комерційної діяльності	<b>11</b>	-	-	-	-	11	<b>10</b>	-	-	-	-	10
<b>Разом за ЗМ2</b>	<b>69</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	-	-	<b>53</b>	<b>66</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	-	-	<b>60</b>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	-	-	<b>90</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	-	-	<b>110</b>

### 5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

#### ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Після вивчення наведеного теоретичного матеріалу та самостійної роботи з рекомендованими літературними джерелами необхідно розглянути наступні питання:

1. Методологічний арсенал дослідження процесів комерційної діяльності.
2. Зв'язок курсу з суміжними дисциплінами.
3. Особливі види об'єктів комерційної діяльності.

4. Розвиток товарного ринку в Україні.
5. Комерціалізація інформаційних послуг.
6. Бази даних як підґрунтя інформаційної діяльності.
7. Критерії та методи оцінки вибору постачальників
8. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.
9. Сервіс у комерційній логістиці. Класифікація логістичного сервісу.
10. Правові основи системи державних закупівель і державних замовлень.
11. Комерційні тендери й автоматизація державних закупівель (система Pro-Zorro, RIALTO).
12. Інструменти підвищення ефективності комерційної діяльності на ринку B2B (он-лайн каталогізація комерційних пропозицій, створення корпоративної інформаційної системи (KIC) комерційних суб'єктів).
13. Розробка, структура, порядок надання тендерної документації.
14. Специфіка комерційної діяльності на ринку кінцевого споживача B2C.
15. Еволюція форматів роздрібно́ї торгівлі.
16. Організація господарських зв'язків щодо постачання товарів.
17. Укладання договорів способом електронного обміну даними.
18. Базові технології електронної комерції.
19. Безпека та захист інформації в електронній комерції.
20. Переваги електронного страхування.
21. Електронні платіжні системи.
22. Показники оцінки ефективності функціонування об'єктів роздрібно́ї торгівлі.
23. Показники оцінки стану розвитку при ефективності використання складської мережі оптової торгівлі.
24. Класифікація та характеристика ризиків, притаманних діяльності торговельного підприємства.
25. Специфіка транспортного лізингу.
26. Становлення факторингу в Україні. Його переваги над іншими фінансовими інструментами.
27. Тенденції та перспективи розвитку франчайзингу в Україні.
28. Види й особливості формування франчайзингових систем підприємств.
29. Біржева торгівля у процесі ціноутворення оптового ринку.
30. Сучасні системи e-commerce для ринку B2C (інтернет-магазини, SMM-маркетинг, Retail Digital Marketing)

### **ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Поясніть суть економічної категорії «комерційна діяльність».
2. Висвітліть історію становлення та розвитку комерційної діяльності.
3. Назвіть елементи здійснення комерційної діяльності.
4. Розкрийте структуру комерційної діяльності.
5. Назвіть основні завдання розвитку комерційної діяльності в сучасних умовах.
6. Виділіть основні етапи комерційної діяльності.
7. Виокремте принципи здійснення комерційної діяльності.
8. Визначте фактори впливу на комерційну діяльність.
9. Розкрийте основні завдання курсу «Комерційна діяльність».
10. Визначте основні види суб'єктів торговельної діяльності.

11. Назвіть основні види роздрібно-торговельної мережі.
12. Виділіть основні господарюючі суб'єкти у комерційному посередництві.
13. Висвітліть суть економічної категорії «нормативний акт».
14. Виділіть основні напрямки комерційно-посередницької діяльності. Наведіть класифікацію посередників.
15. Перерахуйте особливі об'єкти комерційної діяльності.
16. Визначте основні елементи ринкової інфраструктури.
17. Визначте основні елементи інфраструктури товарного ринку.
18. Як потрапляє товар на ринок? Назвіть стадії цього процесу.
19. Виокремте й охарактеризуйте елементи інфраструктури товарного ринку.
20. Висвітліть важливість використання маркетингових підходів для розуміння принципів формування та функціонування товарних ринків.
21. Висвітліть роль маркетингових посередників у інфраструктурному комплексі товарного ринку.
22. Розкрийте поняття «інформаційне забезпечення» у контексті його важливості для забезпечення ведення комерційної діяльності.
23. Визначте параметри, необхідні для створення й ефективного функціонування системи інформаційного забезпечення у комерційній діяльності підприємства.
24. Розкрийте поняття системи комерційної інформації, назвіть її основні підсистеми.
25. Що необхідно врахувати при виборі системи інформаційного забезпечення (апаратне та програмне забезпечення)?
26. Дайте визначення поняття «товарна інформація». Охарактеризуйте її основні види.
27. Обґрунтуйте важливість нормативної та технічної документації як інформаційних ресурсів у комерційній діяльності.
28. Визначте основні види комерційної інформації.
29. Охарактеризуйте поняття «комерційної таємниці». Визначте можливі межі відповідальності за викрадання, копіювання, незаконне ознайомлення як способи неправового збору комерційної інформації.
30. Наведіть класифікацію маркування й основні вимоги до її нанесення на упаковку.
31. Охарактеризуйте штрихове кодування вантажів.
32. Що являє собою товарний знак та яка його результативність?
33. Виділіть основні принципи маркетингових досліджень.
34. Визначте основні етапи проведення маркетингових досліджень.
35. Окресліть оформлення звіту про отримання результатів.
36. Визначте суть і місце комерційної діяльності в забезпеченні ринкових бізнес-процесів на ділових ринках.
37. Дайте визначення поняттю оптова торгівля.
38. Які існують організаційно-правові форми суб'єктів оптової торгівлі?
39. Охарактеризуйте торгові склади і бази, як найбільш поширені оптові торговельні підприємства.
40. Визначте комерційні та виробничі функції оптових торговців.
41. Що являють собою оптові закупівлі товарів?
42. Дайте визначення організації оптових закупівель.

43. Виокремте етапи організації оптових закупівель.
44. Як здійснюється оперативний контроль за виконанням укладених договорів?
45. Як визначається точка беззбитковості закупівлі товарів при плануванні товарів?
46. Охарактеризуйте план закупівель підприємства.
47. Що таке товарний асортимент підприємств оптової торгівлі?
48. З чого виходять при розробці товарного асортименту?
49. Що являє собою структура товарного асортименту, його ширина і глибина?
50. Визначте відмітність оптового продажу товарів від роздрібного.
51. Виокремте методи оптового продажу товарів.
52. У чому полягає основне завдання організації оптових ярмарків?
53. Визначте роль виставкової діяльності в організації оптових закупівель продукції. Чи змінилася сьогодні їх роль і значення?
54. Як можна забезпечити ефективне використання сучасні IT-інструментів в організації комерційної діяльності на ринку B2B (корпоративні сайти, галузеві портали, сайти для організації закупівель)?
55. Визначте правові основи системи державних закупівель та державних замовлень у комерційних організацій на ринку B2G (Business-to-Government).
56. У чому полягає особливість організації державних закупівель і державних замовлень?
57. Оцініть сучасний стан і проблеми забезпечення ефективного контролю та координації сфери державних закупівель.
58. У чому полягає основне завдання організації діяльності тендерного комітету?
59. Визначте основні принципи розробки та порядку надання тендерної документації.
60. У чому полягає особливість проведення аукціонів і торгів ?
61. Які переваги надає використання систем автоматизації державних і комерційних закупівель?
62. Визначте специфіку комерційної діяльності на ринку кінцевого споживача B2C.
63. Охарактеризуйте суть роздрібної торгівлі як сфера реалізації комерційної діяльності.
64. Визначте основні функції та принципи розвитку роздрібної торгівлі.
65. Чим визначають конкурентні позиції роздрібної торгівлі на ринку?
66. Які завдання роздрібного торговельного підприємства?
67. Виокремте напрями комерційної діяльності роздрібних торговців.
68. Охарактеризуйте основні етапи еволюції форматів роздрібної торгівлі.
69. Наведіть загальну класифікацію форматів роздрібної торгівлі
70. Дайте характеристику позамагазинним форматам торгівлі
71. Охарактеризуйте формати роздрібної торгівлі, що базується на технічних засобах
72. Виділіть основні принципи організації роздрібної торговельної мережі.
73. Наведіть приклади діючих роздрібних торговельних мереж в Україні?
74. У чому полягає організація і технологія доставки товарів у роздрібну мережу?
75. Покажіть відмінності між поняттями «торговельне підприємство», «торговельна точка», «пункт продажу».
76. Покажіть соціальне значення для суспільства діяльності роздрібних торгових

підприємств.

77. Назвіть базові принципи організації роздрібних торговельних мереж.
78. Визначте особливості категорійного менеджменту як методу управління асортиментом у роздрібній торгівлі.
79. Виділіть основні методи активізації продажу товарів.
80. Дайте визначення мерчандайзингу, охарактеризуйте його основні принципи.
81. Порівняйте систему традиційної торгівлі та систему торгівлі із застосуванням мерчандайзингу.
82. Охарактеризуйте риси сучасного Інтернет-магазину.
83. Поясніть зростання впливу SMM-маркетингу в організації роздрібних продажів.
84. Дайте визначення поняттю господарських зв'язків у торгівлі.
85. Укажіть етапи господарських зв'язків.
86. Перелічіть основні види договорів, які застосовуються в торгівлі.
87. Розкрийте суть договору поставки.
88. У чому полягає суть договору купівлі-продажу?
89. Який порядок зміни або розривання договору?
90. Що таке неустойка і в чому вона може виявлятися?
91. Як устанавлюється та погоджується асортимент товарів у договорі?
92. Які терміни передбачаються у договорі?
93. Який порядок зміни або розривання договору постачання?
94. Який порядок устанавлення цін і розрахунків за поставлений товар?
95. У чому полягає майнова відповідальність сторін за порушення обов'язків, які передбачені договором і законодавством?
96. Розкрийте принципи функціонування електронного бізнесу.
97. Зробіть порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією.
98. Виділіть переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу й електронної комерції.
99. Визначте основні категорії та поняття мережі Internet.
100. Виокремте базові технології електронної комерції.
101. Як здійснюється шифрування та цифровий підпис?
102. Охарактеризуйте інтернет-банкінг.
103. Охарактеризуйте інтернет-трейдинг.
104. Що таке електронна пошта?
105. Дайте визначення електронному бюро.
106. Виділіть моделі електронної комерції.
107. Охарактеризуйте мобільну комерцію.
108. Визначте системи електронної комерції в секторі B2B.
109. Що являють собою інтернет-інкубатори?
110. Охарактеризуйте електронні торгові ряди.
111. Що являють собою інтернет-магазини?
112. Назвіть види електронних систем взаєморозрахунків.
113. Розкрийте механізм взаєморозрахунків пластиковими картками в Інтернеті.
114. Визначте переваги і недоліки використання пластикових карток в інтернет-комерції.
115. Розкрийте суть інтернет-маркетингу як частину електронного бізнесу.
116. Що таке вірусний маркетинг і спам?



117. Виокремте основні напрями розвитку систем електронної комерції.
118. Виділіть проблеми правового регулювання електронної комерції в Україні.
119. Охарактеризуйте основні показники, які традиційно застосовуються для аналізу ефективності діяльності торговельного підприємства.
120. Розкрийте методику розрахунку показників оцінки ефективності функціонування торговельних об'єктів.
121. Назвіть показники ефективності використання торгової площі магазину.
122. Визначте суть господарських ризиків і факторів, які зумовлюють невизначеність поведінки суб'єкта господарювання.
123. Визначте основні етапу процесу бенчмаркінгу. Як їх використовувати для поліпшення показників підприємства?
124. Які наслідки виникнення ризикової події?
125. Наведіть класифікацію ризиків, притаманних діяльності торговельного підприємства.
126. Охарактеризуйте зони ризику комерційної діяльності.
127. Охарактеризуйте послідовність дій із застосуванням статистичного методу оцінки ризику.
128. Укажіть послідовність дій із застосуванням експертного методу оцінки ризику.
129. Складіть фактор-карту для оцінки асортиментного ризику торговельного підприємства.
130. Вкажіть послідовність дій із застосуванням розрахунково-аналітичного методу оцінки рівня ризику.
131. Наведіть класифікацію методів управління ризиків.
132. Які основні принципи управління ризиком? Як здійснюється недопущення збитків, попередження ризику? Що являє собою трансфер ризику?
133. Визначте ефективність використання системи Incoterms як інструменту формалізації трансферу комерційних ризиків у міжнародній торгівлі.
134. Визначте основні завдання розвитку комерційної роботи на сучасному етапі.
135. Визначте проблеми та перспективи розвитку біржової торгівлі в Україні.
136. Визначте види лізингу. Наведіть приклади з практики використання лізингу в Україні.
137. У чому полягає сутність факторингу ефективного фінансового інструменту? Назвіть основні функції факторингів.
138. Сформулюйте найпоширеніші підходи до визначення франчайзингу.
139. Визначте напрями, які є основним поштовхом щодо розвитку омнікальної торгівлі?
140. Визначте канали продажу при моно-, мульти- й омнікальній торгівлі та розкрийте їх взаємозв'язок.

## **6. Методи навчання**

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН2 – практичні методи (практичні або лабораторні роботи).

МОЗ – бізнес-кейси (індивідуальні або командні).

МН4 – наочні методи (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, тощо).

МН5 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

МН6 – комп'ютерні засоби навчання (онлайн курси – ресурси, web-конференції, вебінари тощо).

МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

## **7. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни**

### **7.1. Формами поточного контролю є:**

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.

МО3 – аналітичні звіти, реферати.

МО4 – презентації результатів виконання завдань.

МО5 – презентація творчих завдань.

МО8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі реальних сценаріїв і стратегій розвитку компаній.

МО9 – підсумковий контроль – залік в письмовій або усній формі.

*За семестр студент може отримати максимум 60 балів.*

### **7.2. Критерії оцінювання знань студентів при складанні заліку з навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»**

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, самостійної роботи та має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

Підсумкова оцінка формується з балів, отриманих протягом семестру (максимальна кількість – 60), та балів, отриманих на підсумковому контролі – заліку (максимальна кількість – 40).

Кількість балів за кожний навчальний елемент дисципліни «Комерційна діяльність» виводиться з суми поточних видів контролю (за виступи та доповнення під час проведення практичних занять, розв'язок задача та ситуацій, тестові завдання, глосарій та ін.) з урахуванням обмеження по максимально можливій кількості балів. Кількість балів за модуль дорівнює сумі балів, отриманих за навчальні елементи даного модуля та за модульну контрольну роботу. Максимальна кількість балів складає: за 1 модуль – 25 балів, за 2 модуль – 35 балів, 3 модуль-контроль.

Бали, які студент може набрати на заліку (модуль-контроль), розподіляються наступним чином:

- по теоретичному питанню студент отримує від **1 до 7 балів: 7 балів** ставиться у випадку, якщо студент безпомилково викладає навчальний матеріал, показує розуміння суті поставленого питання, робить власні висновки, пропозиції, використовує матеріали преси, додаткової літератури, законодавчі матеріали; **6-5 балів**, якщо він грамотно розкриває суть поставлених питань, володіє термінами дисципліни, робить спроби

аналізу, використовує матеріали преси, додаткової літератури, але допускає несуттєві помилки; **4-2** бали ставиться студенту, який поверхнево викладає суть навчального матеріалу, не використовує додаткові джерела інформації, допускає помилки у відповідях на поставлені питання; **0-1** бал – якщо не знає суті поставлених питань, при викладенні навчального матеріалу допускає грубі помилки;

- за кожний вірне визначення (всього – 5 термінів) категорії студент отримує **2 бали**, за частково вірне визначення (не наведено всі аспекти явища, не до кінця розкрита економічна суть) студент отримує **1 бал**;
- за кожен вірну відповідь на тест (всього – 5 тестових завдань) студент отримує **2 бали**;
- за вірну вирішену ситуацію студент отримує **від 1 до 6 балів**: **6** балів ставиться, якщо студент продемонстрував вірний хід вирішення поставлених питань, дійшов вірного висновку та дав власні рекомендації щодо даної комерційної ситуації; **5-4** бали ставиться студенту, якщо він продемонстрував вірний хід вирішення поставлених питань, дійшов вірного висновку, проте не дав / дав помилкові власні рекомендації; **1-3** бали ставиться студенту, якщо він демонстрував вірний хід вирішення ситуації, проте дав невірну відповідь.

Сума оцінок дозволяє сформулювати підсумкову оцінку на основі використовуваної числової шкали.

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
<b>відмінно/зараховано</b>	A (90-100)	відмінно
<b>добре/зараховано</b>	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
<b>задовільно /зараховано</b>	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
<b>незадовільно/ не зараховано</b>	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим повторним курсом

Студент, який не отримав позитивні оцінки за підсумками роботи над кожним модулем та набрав менше 35 балів, вважається неатестованим та не допускається до складання заліку. Допущеним до складання заліку студент може бути лише в разі відпрацювання всього матеріалу, передбаченого навчальним планом у повному обсязі або тієї частини навчального матеріалу, за яким він був не атестований.

### Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)		Кількість балів (залік)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2		

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	40	100
5	5	5	5	5	7	7	7	5	5	4		

T1, T2 ... T11 – теми змістових модулів

## 8. Рекомендована література

### Базова література:

1. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Комерційна діяльність : навч. посібник. Львів : Магнолія-2006, 2017. 332 с.
2. Бабух І. Б., Царик М. Комерційна діяльність торговельних підприємств : сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Маркетинг: виклики та рішення: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І. Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 14-16.
3. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
4. Безугла Л. С., Юрченко Н. І., Ільченко Т. В., Пальчик І. М., Воловик Д. В. Логістика : навч. посіб. Дніпро : Пороги, 2021. 252 с.
5. Богач Ю. А., Кривокульська Н. М., Скочиляс С. М. Інформаційно-аналітичне забезпечення як організаційний ресурс для прийняття управлінських рішень. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2021. № 5. URL : <http://www.dy.nayka.com.ua>.
6. Буднікевич І. М., Бабух. І. Б., Черданцева І. Г. Комерційна діяльність : практикум. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2019. 96 с.
7. Зелінська О. В., Євдокімов А. О. Основи управління комерційними ризиками підприємств. *Економіка та держава*. 2019. № 11. С. 96-99.
8. Комерційна діяльність : підручник / за ред. П. Ю. Балабана. Харків : Світ книг, 2018. 452 с.
9. Кривокульська Н. М., Богач Ю.А. Екологічний франчайзинг і екологічний аутсорсинг як інноваційні інструменти ведення бізнесу. URL : <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/75.pdf>.
10. Курило М. П., Завальний В. М., Завальний М. В. Комерційне право : підручник. К.: Університетська книга, 2014. 237 с.
11. Побережець О. В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності торговельного підприємства : моногр. Херсон : Видавництво Грінь Д.С., 2016. 500 с.
12. Шалева О. І. Електронна комерція : посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2017. 216 с.
13. Филевич Л. Г. Комерційна діяльність : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.
14. Янчева Л. М., Лисак Г. Г., Круглова О. А. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю : монографія Х. : Вид-во І. С.І ванченка, 2016. 210 с.

### Допоміжна література:

1. Бабух І. Б., Поченчук Г. М. Цифрова трансформація : поведінкові зміни споживачів та бізнесу. International scientific conference “Development of modern economic science in the context of digitalization” : conference proceedings,

December 3-4, 2021. Riga, the Republic of Latvia : Baltija Publishing, 2021. P. 37-40.

2. Бабух І. Б. Теоретичні підходи до аналізу комерційної діяльності та управління нею. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород. 2016. Вип. 10. Ч. 1. С. 23-26.
3. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show-436-15>.
4. Закон України «Про електронну комерцію». *Відомості Верховної Ради*. 2015. № 45. С. 410.
5. Babukh I. Commercialization of market innovations as exclusive task of innovative marketing. *Marketing and management of innovations = Маркетинг і менеджмент інновацій*. Суми : Сумський державний університет. 2017. № 3. С. 15-22.
6. Joel Mokyr *The Economics of the Industrial Revolution (Routledge Revivals)*, London. 2018, 282 p.
7. Pochenchuk G., Babukh I., Baraniuk D. Innovations of the Digital era and economic choice. *The USV Annals of Economics and Public Administration*. 2018. Vol 18. No 1 (27). P. 63-69.

#### **Інформаційні ресурси**

1. <http://www.me.gov.ua> – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.
2. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики.
3. <http://www.zet.in.ua> – Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України.
4. <http://www.ubp.com.ua> – український бізнес портал.
5. <http://www.incoterms.zed.ua/> – ІНКОТЕРМС 2010: офіційні правила міжнародних контролю термінів торговельних умов.
6. <https://iccwbo.org/> – Міжнародна торгова організація.
7. <https://ucci.org.ua/> – Торгово-промислова палата України.
8. <https://prozorro.gov.ua/> - портал PROZORRO.
9. <https://eu-ua.org/> – Євроінтеграційний портал.
10. <https://epo.org.ua/> – Офіс з просування експорту України.

## **ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

1. Поняття та суть комерційної діяльності.
2. Поняття комерційного процесу.
3. Основні функції та принципи комерційної діяльності.
4. Чинники, які впливають на розвиток комерційної діяльності.
5. Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності.
6. Загальна характеристика виробничих підприємств.
7. Посередники у комерційній діяльності.
8. Характеристика об'єктів комерційної діяльності.
9. Поняття та характеристика товарного ринку.
10. Ринкова інфраструктура та її характеристика.
11. Ринкові чинники впливу на ефективність комерційної діяльності підприємства.
12. Суть і значення інформаційного забезпечення в сучасній економіці.
13. Товарна інформація: види, форми, засоби, вимоги, правова база.
14. Маркування (виробниче та товарне) та ідентифікатори (штрих-коди).
15. Комерційна таємниця.
16. Маркетингові дослідження ринку як початкова фаза комерційної діяльності.
17. Особливості інформаційних продуктів для організації комерційної діяльності.
18. Сучасні методи зняття та просування товарної інформації (QR кодування, Digital Marketing.).
19. Суть, основні поняття та структура комерційної логістики.
20. Принципи здійснення закупівельної діяльності на основі логістичних підходів. Типи закупівель.
21. Організація договірних відносин з постачальниками товарів.
22. Цілі та завдання логістичного управління закупівлями. Види та методи закупівель, оплата поставок.
23. Види логістики
24. Поняття та класифікація підприємств оптової торгівлі.
25. Функції оптових торговельних підприємств.
26. Суть та цілі оптових закупівель підприємств оптової торгівлі. Етапи закупівель.
27. Методи оптового продажу товарів.
28. Організація державних закупівель і державних замовлень.
29. Формування та організація діяльності тендерного комітету.
30. Торгівля на аукціонах і торгах.
31. Поняття роздрібною торгівлі. Функції та принципи розвитку роздрібною торгівлі.
32. Поняття роздрібною торговельної мережі, принципи організації.
33. Види мережі роздрібних торговців.
34. Типи та спеціалізація роздрібних торговців.
35. Магазинна та позамагазинна форми роздрібного продажу товарів.
36. Особливі форми продажу товарів.
37. Асортиментна політика підприємства.
38. Суть та характер господарських зв'язків у торгівлі, чинники, що їх формують.
39. Система, структура та класифікація господарських зв'язків в умовах ринку.

40. Порядок регулювання господарських зв'язків.
41. Класифікація господарських договорів.
42. Прямі господарські зв'язки у сфері торгівлі.
43. Поняття про е-комерцію. Її значення для торговельних підприємств та покупців.
44. Розкрийте суть інтернет-маркетингу як частину електронного бізнесу.
45. Техніко-технологічна складова е-комерції.
46. Характеристика основних форм е-комерції .
47. Проблеми розвитку е-комерції в Україні.
48. Основні перспективи розвитку електронної комерції в Україні.
49. Сутність комерційних ризиків.
50. Методи оцінки комерційних ризиків.
51. Система показників та методика визначення ефективності комерційної діяльності.
52. Визначте основні етапу процесу бенчмаркінгу. Як їх використовувати для поліпшення показників підприємства?
53. Визначте ефективність використання системи Incoterms як інструменту формалізації трансферу комерційних ризиків у міжнародній торгівлі.
54. Основні напрями вдосконалення і розвитку комерційної діяльності.
55. Розкрийте сутність лізингових операцій та їх економічний зміст. Визначте види лізингу. Наведіть приклади з практики використання лізингу в Україні.
56. Наведіть характеристику основних ознак, за якими класифікуються факторингові операції.
57. Наведіть порівняльну характеристику здійснення операцій факторингу з регресом і без регресу.
58. Сформулюйте найпоширеніші підходи до визначення франчайзингу. Укажіть об'єкт і суб'єктів франчайзингових відносин.
59. Основні види франчайзингу.
60. Визначте канали продажу при моно-, мульти- й омнікальній торгівлі та розкрийте їх взаємозв'язок.