

# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Управління комерційною діяльністю»



Ступінь освіти	Бакалавр
Освітня програма	«Менеджмент»
Термін викладання	11 чверть
Заняття:	5 години на тиждень
Лекції	3 години на тиждень
Практичні	2 години на тиждень
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817>

**Консультації:** за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

**Онлайн-консультації:** Microsoft Teams – група\_«Управління комерційною діяльністю»\_Грошелева О.Г.

**Інформація про викладачів:**



**Грошелева Олена Геннадіївна (лекції та практичні),**

доцент, кандидат економічних наук

**Персональна сторінка:**

<https://mys.nmu.org.ua/ua/teachers/Grosheleva/>

**E-mail:**

[grosheleva.o.g@nmu.one](mailto:grosheleva.o.g@nmu.one)

## 1. Анотація до курсу

Вивчення дисципліни «Управління комерційною діяльністю» дозволить менеджерам усвідомити значення постійного реального контакту підприємства з різними цільовими аудиторіями (споживачами, інвесторами, постачальниками, посередниками, державою та суспільними організаціями); навчить розглядати сутність комерції у її нерозривному зв'язку із дослідженнями ринку, виявленням потреб, створенням споживчої цінності продукту; виконувати критичний аналіз сформованої комерційної системи, комерційних зв'язків, концепції послуг з огляду на модель «витрати – результат»; здійснювати внутрішньофірмове планування комерційної діяльності; розуміти специфіку маркетингу в мережі Інтернет, використовувати інструменти маркетингових досліджень, просування, контрольних заходів у мережі для успішного позиціонування підприємства на ринку, ефективного діалогу із цільовими аудиторіями.

## **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладення навчальної дисципліни «Управління комерційною діяльністю» є поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасними методичним інструментарієм, практичними навичками управління механізмом ринкової взаємодії в рамках функціонування комерційної системи, організації складних процесів постачання, збуту та торгівлі як всередині, так і за межами країни в процесі досягнення визначених результатів комерції.

## **3. Завдання курсу:**

- формування понятійного апарату на основі теоретичного вивчення дисципліни;
- розвиток навичок дослідження стану та перспектив розвитку комерційної діяльності в контексті відповідності форм, методів та напрямків запитам цільових аудиторій підприємства;
- формування у студентів здатності знаходити нову інформацію та її опрацьовувати на практичних заняттях.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- поняття «комерційна діяльність», «маркетинг комерції», «аутсорсинг», «оперативне планування», «бізнес-план», «матеріальне забезпечення», «електронні закупівля», «асортиментна політика», «цінова політика», «мерчендайзинг», «трейд-маркетинговий бюджет», «франчайзинг», «інтегровані комунікації», «Інтернет-торгівля»;
- концепції, принципи, методи організації та здійснення комерційної діяльності підприємства; переваги та обмеження гуртової та роздрібною, онлайн та офлайн торгівлі; базові поняття та їх використання у процесі здійснення комерційної діяльності;
- чинники, які впливають на ефективність та результативність комерційної діяльності підприємства.

## **4. Результати навчання:**

Після вивчення цієї дисципліни ви:

- 1) володітимете ґрунтовними знаннями щодо теорії, методології та методики практичного використання інструментів комерційної діяльності;
- 2) зможете демонструвати навички уникнення неефективних витрат, забезпечення отримання визначеного рівня доходу суб'єкту господарювання, реагування на зміни споживчого попиту відповідно до ситуації, що склалася на ринку
- 3) матимете можливість розробляти гнучкі стратегії з утримання конкурентних переваг

4) володітимете економіко-математичними методами, методами моделювання та статистичного аналізу для розробки реальних прогнозів показників ринку, оцінки поведінки покупців та ринкової стійкості суб'єкта господарювання у найближчій та віддаленій перспективах

## 5. Структура курсу

Тематика занять	Вид занять	Ресурси
ТЕМА 1 КОНЦЕПЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ОРІЄНТОВАНОЇ НА РИНОК	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
1.1 Ринок – об'єктивна основа комерційної діяльності		
1.2 Маркетинг комерції		
1.3 Соціальна орієнтація мережевого бізнесу		
ТЕМА 1 КОНЦЕПЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ОРІЄНТОВАНОЇ НА РИНОК	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
ТЕМА 2 СПЕЦИФІКА СФЕРИ ПОСЛУГ	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
2.1 Зміст сфери послуг		
2.2 Механізм управління маркетингом послуг		
2.3 Послуги аутсорсингу		
ТЕМА 2 СПЕЦИФІКА СФЕРИ ПОСЛУГ	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
ТЕМА 3 ВНУТРІШНЬОФІРМОВЕ ПЛАНУВАННЯ	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
3.1 Технології планування комерційної діяльності		
3.2 Бізнес-план системний документ ринкової стійкості		
3.3 Оперативне планування		
3.4 План маркетингу та операційні програми		
ТЕМА 3 ВНУТРІШНЬОФІРМОВЕ ПЛАНУВАННЯ	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
ТЕМА 4 ОРГАНІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
4.1 Організаційний механізм матеріального забезпечення		
4.2 Планування забезпечення, робота з постачальниками		
4.3 Електронні закупівлі		
ТЕМА 4 ОРГАНІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
ТЕМА 5 АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
5.1 Порядок формування асортименту товарів. Структура товарного асортименту		
5.2 Категорійний менеджмент		
5.3 Оціночні моделі асортименту		
ТЕМА 5 АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»

ТЕМА 6 КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗІ ЗБУТУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
6.1 Маркетингова діяльність зі збуту готової продукції		
6.2 Цінова політика збуту з урахуванням конкурентного середовища		
6.3 Стимулювання збуту в комерції		
ТЕМА 6 КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗІ ЗБУТУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
ТЕМА 7 ОРГАНІЗАЦІЯ ГУРТОВОЇ ТОРГІВЛІ	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
Соціально-економічний зміст гуртової торгівлі		
Мерчендайзинг		
Методи планування продажів та складання трейд-маркетингового бюджету		
ТЕМА 7 ОРГАНІЗАЦІЯ ГУРТОВОЇ ТОРГІВЛІ	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
ТЕМА 8 РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ	Лекція	Силабус Презентація <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
8.1 Механізм та зміст роздрібною торгівлі		
8.2 Система франчайзингу та практика організації мережевого ретейлінгу		
8.3 Стимулювання збуту та продажів як інструмент інтегрованих комунікацій		
8.4 Інтернет-торгівля		
ТЕМА 8 РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ	Практичні заняття	Кейси «Управління комерційною діяльністю»
Підведення підсумків роботи за семестр, оголошення оцінок		Тести і відкриті запитання
Виконання контрольної роботи для закріплення теоретичних знань та практичних навичок щодо управління комерційною діяльністю	Самостійна робота	Презентація

## 6. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети зі стільниковим інтернетом.

Активованій аккаунт університетської пошти (student.i.p@nmu.one) на Microsoft Office365.

Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до платформ Teams та Moodle Microsoft Office 365.

Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).

## 7. Система оцінювання та вимоги

7.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

7.2. Здобувач вищої освіти може отримати підсумкову оцінку з дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за результатами участі у обговоренні лекційного матеріалу (всього 30 балів) та оцінок за роботу на практичних заняттях (60 балів), а також підготованої контрольної роботи у вигляді презентації (10 балів). Максимально за поточною успішністю здобувач може отримати 100 балів.

На кожній лекції буде поставлене питання з теми, яка розглядається. Студенти у письмовій формі мають дати відповідь невеликого обсягу у вільному стилі, яка відображатиме погляди автора на питання, що розглядається.

**5 балів:** наявність однієї-двох тез та аргументів на їх користь, логічного взаємозв'язку між тезами та аргументами, правильна мова викладення, наявність висновку.

**4 бали:** наявність однієї-двох тез та аргументів на їхню користь, незначні помилки логічного характеру між наведеною тезою та аргументами, незначні помилки у мові викладення, наявність висновку.

**3 бали:** відсутність ключової тези, або невідповідність аргументів висунутим тезам, наявність орфографічних та/або граматичних помилок.

**2 бали:** відсутність ключових тез, відсутність переконливих аргументів на користь тез, значна кількість орфографічних та/або граматичних помилок.

**1 бал:** неструктурованість роботи, відсутність тез та аргументів, велика кількість орфографічних та/або граматичних помилок.

У підсумку за розв'язання кейсу можна отримати максимально 10 балів, додавши такі складові:

Ідентифіковано проблему, якій присвячено кейс – **2 бали;**

Описано проблему (пояснено її сутність, негативні наслідки) – **2 бали;**

Наведені аргументи, на які можна посперечатися під час вирішення проблеми – **2 бали;**

Зроблено висновок та знайдено рішення проблеми кейсу на основі змістовних аргументів, пов'язаних із посиланням на отримані теоретичні знання – **4 бали.**

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент має право виконувати підсумкову комплексну контрольну роботу за дисципліною, яка містить завдання, що охоплюють дисциплінарні результати навчання.

<b>Підсумкове оцінювання (якщо здобувач</b>	Підсумковий контроль за дисципліною відбувається письмово шляхом надання відповідей на питання у формі тестів, відкритих питань, кейсів.
---	--

<p><b>вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)</b></p>	<p>Кількість балів за кожне питання наведена у екзаменаційних білетах. Відповіді на питання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів за підсумкову контрольну роботу: 100</p>
--	--

7.3. Критерії оцінювання тестів та відкритих письмових та усних контрольних питань:

1 правильна відповідь тесту оцінюється у 3 бали.

Відкрите питання – 1 правильна відповідь оцінюється в 5 балів, причому: **5 балів** – відповідність еталону, наведення прикладів, доповнення еталону інформацією з додаткової літератури з посиланням на неї, правильна мова викладення матеріалу.

**4 бали** – відповідність еталону, правильна мова викладення матеріалу.

**3 бали** – відповідність еталону, помилки в граматиці та/або орфографії, мовленні.

**2 бали** – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки, які ускладнюють розуміння відповіді або викривляють зміст повідомлення.

**1 бал** – наявність відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

## **8. Політика курсу**

**8.1. Політика щодо академічної доброчесності.** Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів) що можуть використовуватися в освітньому процесі. Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням «Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка». [http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us\\_documents/System\\_of\\_prevention\\_and\\_detection\\_of\\_plagiarism.pdf](http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf).

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути

виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

## **8.2. Комунікативна політика.**

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки на Office365 та відвідування групи дисципліни у Microsoft Teams.

<https://www.facebook.com/ManagementDepartmentOfNTU> Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри менеджменту у Facebook.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота у рамках дисципліни дистанційно у додатку Microsoft Moodle ([www.do.nmu.org.ua](http://www.do.nmu.org.ua)).

Усі письмові запитання до викладача стосовно дисципліни мають надсилатися на університетську електронну пошту або до групи в Teams.

## **8.3. Політика щодо перескладання.**

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

## **8.4. Відвідування занять.**

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим.

Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрадження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності.

Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.

Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи.

Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби).

Оцінки неможливо отримати під час консультацій або інших додаткових годин спілкування з викладачем. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно - в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

**8.5. Політика щодо оскарження оцінювання.** Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

**8.6. Бонуси.** Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

**8.7. Участь в анкетуванні.** Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачам вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети (Microsoft Forms Office 365), які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни.

## **9. Методи навчання**

Під час лекцій та практичних занять будуть застосовані такі методи навчання:

**Пояснення.** Тлумачення понять, явищ, принципів, термінів тощо, переважно під час викладання нового матеріалу.

**Інструктаж.** Надання алгоритму дій для виконання поставленого завдання.

**Діалог.** За допомогою запитань викладач мотивуватиме здобувачів вищої освіти до відтворення набутих знань, формування самостійних висновків і узагальнень на основі засвоєного матеріалу.

**Навчальна дискусія, дебати.** Це обговорення важливого питання, обмін думками між здобувачами вищої освіти та/або викладачем, спрямовані не лише на засвоєння нових знань, а й на створення емоційно насиченої атмосфери, яка б сприяла глибокому проникненню в істину.

**Ілюстрування.** Застосування презентацій, відео та іншого медіа-контенту для підкріплення матеріалу, який пояснюється, обговорюється або завдань, які виконуються.

**Самостійне спостереження (навчання, дослідження).** Це безпосереднє самостійне сприймання явищ дійсності у процесі навчання.

**Письмові та усні контрольні завдання.** Самостійна концентрація та відтворення отриманих знань та навичок в умовах обмеженого часу та джерел інформації.

**Кейси.** Пошук проблемної ситуації реальної діяльності підприємства, через яку спостерігається негативний ефект, та обґрунтування оригінального її рішення, спираючись на відомі факти або необхідність отримання додаткової інформації.

Для заохочення обміну ідеями та вільного мовлення в умовах навчання один в одного використовуються методи:

**Виступ.** Питання навколо певної тем обговорюється у групах і потім оприлюднюється з подальшою дискусією.

## **10. Ресурси і література**



1. Філевич Л.Г. Комерційна діяльність : навчальний посібник з дисципліни «Комерційна діяльність» / Л.Г. Філевич, Л.О. Попова, О.М. Прядко, Т.Л. Мітяєва, Л.А. Прибилович. – Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.
2. Антонюк Я.М. Комерційна діяльність: навч. посібник: перевидання / Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. - Львів: Магнолія 2006, 2019. 332 с.
3. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник. - Харків: Світ Книг, 2015. 452 с.
4. Шалева О. І. Електронна комерція: посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2017. - 216 с.
5. Балджи М. Д. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. / М. Д. Балджи, І. А. Допіра, В. О. Однолько. – Київ : Кондор, 2017. 368 с.
6. Башнянин Г.І. Комерційно-посередницька діяльність на товарному ринку: навч. посібн. / Г.І. Башнянин та ін. – К. : Кондор, 2014. 416 с.
7. Варналій З.С. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З.С. Варналій, Т.Г. Васильців, Р.Л. Лупак, Р.Б. Білик. – Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
8. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства [текст] : навч. посіб. / А.Ф. Бурик, О.М. Світовий, О.Г. Мачушенко та інш. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. 260 с.
9. Гордійчук А.С. Організація і технологія матеріально-технічного забезпечення підприємства. Навч. посібник / А.С. Гордійчук, О.А. Стахів, Т.В. Кузнєцова, Н.В. Збагерська. – Рівне : НУВГП, 2012. 256 с.
10. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Т.М. Тардаскіна, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 244 с.
11. Черненко Оксана На шляху до пост-цифрового маркетингу в Україні: проблеми та завдання / Оксана Черненко // Маркетинг в Україні. – 2016. – №3 (96). – С. 4–11.
12. Прядко О.М., Попова Л.О., Синицина Г.А. Управління торговим асортиментом у роздрібній торгівлі в умовах національної конкурентної політики: монографія. Харківський державний ун-т харч. та торгівлі. Харків, 2014. 153с.
13. Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Носов О.Ю. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій. Львів: видавництво Львівської комерційної академії, 2003. 157с.
14. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
15. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
16. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник. Харків: Світ Книг, 2015. 452 с.
17. Мазаракі А.А. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 292 с.

18. Кузьмін О.Є. Франчайзинг [Текст] : навч. посібник / О. Є. Кузьмін [та ін.]. - К. : Знання, 2011. - 267 с.

19. Бакунов О., Распопова В. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку : монографія. Донецьк : Ноулідж, 2012. 184 с.

### Інформаційні ресурси

1. <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);

2. <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України);

3. <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професіональний журнал.

## 11. Передумови вивчення дисципліни

Перед вивченням дисципліни передбачається, що на попередньому рівні освіти вже здобуті такі результати навчання:

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Ф9 Економічні основи управління організацією Ф7 Статистичні методи в менеджменті Ф19 Управлінський аналіз діяльності підприємства	Р 4 Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень
Ф15 Маркетинг Ф17 Операційний менеджмент	Р5 Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації
Ф16 Моделювання та прогнозування в менеджменті Б2 Теорія ймовірності та математична статистика	Р 6 Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень