

# 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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять  <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять  <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять  <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять

		<a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
ТЕМА 5 АСОТИМЕНТНА 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 АСОТИМЕНТНА ПОЛІТИКА	Практичні заняття	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
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	Методичні вказівки для семінарських та практичних занять <a href="https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817">https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4817</a>
Підведення підсумків роботи за семестр, оголошення оцінок		Тести, індивідуальні дослідницькі завдання, розрахункові завдання

## 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 за стосунків Microsoft Office: Teams, Moodle.

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, участі в семінарських (практичних) заняттях та виконання індивідуального дослідницького та розрахункового завдань складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за результатами опанування лекційного матеріалу (всього 40 балів), а також виконаних та представлених індивідуальних дослідницьких завдань (40 балів) та розрахункових завдань (20 балів). За бажанням здобувача освіти як альтернатива виконанню окремих індивідуальних дослідницьких завдань може розглядатися підготовка тез доповідей на конференції. Максимально за поточною успішністю здобувач може отримати 100 балів.

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 вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити</b>	Підсумковий контроль за дисципліною відбувається письмово шляхом надання відповідей на питання у формі тестів, відкритих питань, кейсів. 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: <b>100</b>
--	---

<b>оцінку)</b>	
<b>Лекційні заняття</b>	Лекційна контрольна робота максимально оцінюється в <b>40</b> балів та передбачає надання відповідей на тестові питання, кожне з яких оцінюється в 1 бал.
<b>Практичні заняття</b>	Передбачене виконання індивідуальних дослідницьких завдання, які разом оцінюються сумою 40 балів. Також передбачене виконання розрахункових завдань, за результатами виконання яких можна отримати максимально 20 балів.

### 7.3. Критерії оцінювання тестових питань лекційного матеріалу

Результати опанування лекційного матеріалу визначаються на підставі надання відповіді на тестові питання. Кожному здобувачу освіти пропонуються сорок питань, які охоплюють структуру курсу. Кожна правильна відповідь на тестове питання оцінюється в 1 бал.

### 7.4. Критерії оцінювання індивідуального розрахункового завдання:

За розв'язання задачі можна отримати максимально 5 балів.

**5 балів** – відповідність еталону, хід вирішення задачі правильний, всі розрахунки виконано без помилок, правильно зазначено одиниці вимірювання, наприкінці сформульовано логічні висновки, граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки відсутні;

**4 бали** - хід вирішення задачі правильний, розрахунки виконано без помилок, проте не зазначено одиниці вимірювання, наприкінці сформульовано логічні висновки, граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки відсутні;

**3 бали** - хід вирішення задачі правильний, розрахунки виконано з окремими помилками, які мають більш «технічний» характер і принципово не впливають на результат, не зазначено одиниці вимірювання, наприкінці сформульовано логічні висновки, можуть зустрічатися граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки;

**2 бали** - хід вирішення задачі правильний, розрахунки виконано з окремими помилками, не зазначено одиниці вимірювання, наприкінці не сформульовано логічні висновки, можуть зустрічатися граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки;

**1 бал** - хід вирішення задачі частково правильний, розрахунки виконано з окремими помилками, не зазначено одиниці вимірювання, наприкінці не сформульовано логічні висновки, можуть зустрічатися граматичні, орфографічні, мовленнєві помилки.

### 7.5 Критерії оцінювання індивідуального дослідницького завдання

Встановлюються залежно від типу завдання і варіюються в діапазоні від 8 до 10 балів за кожне завдання. Загальний підхід є орієнтованим на визначення здатності здобувача самостійно працювати з науковими джерелами, обирати інформацію з обширного масиву статистичних даних (в тому числі з джерел

(звітів) опублікованих англійською мовою), робити обґрунтовані висновки, коректно посилатися на використані джерела та ресурси, не допускати випадків академічного плагіату.

## **7.6 Критерії оцінювання комплексної контрольної роботи**

Комплексна контрольна робота складається з 40 тестових питань, кожне з яких оцінюється 1 балом, та розрахункового завдання – 60 балів.

## **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. Комунікаційна 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.

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 відділу аспірантури 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, відрядження, 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.

**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.

## 9. Ресурси і література

1. Балабан П.Ю., Балабан М.П., Міт'єва Т.Л., Михайленко О.М., Попова Л.О., Хурса М.М. Комерційна діяльність: Підручник / за ред. Проф. П.Ю. Балабана. Х.: Світ Книг, 2019. 452 с.

2. Живець А.М., Комліченко О.О., Наконечна В.І. Комерційна діяльність. Херсон: ОЛДІ-плюс, 2021. 308 с.

3. Орлов П.А., Ус М.І., Шовкова К.І. Комерційна діяльність підприємств. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 48 с.

4. Товарознавство та комерційна діяльність : підручник / В.Л. Дикань, А.О. Каграманян, Н.Є. Каличева та ін.; за ред. проф. В.Л. Диканя. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 363 с.

5. Іванова В.В. Планування і контроль на підприємстві : Навчальний посібник. Видавництво: Університетська книга. 2023, 443 с.

6. Філевич Л.Г. Комерційна діяльність : навчальний посібник з дисципліни «Комерційна діяльність» / Л.Г. Філевич, Л.О. Попова, О.М. Прядко, Т.Л. Міт'єва, Л.А. Прибилович. – Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.

7. Шалева О. І. Електронна комерція: посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2017. - 216 с.

8. Балджи М. Д. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. / М. Д. Балджи, І. А. Допіра, В. О. Однолько. – Київ : Кондор, 2017. 368 с.

9. 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.

10. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

11. 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.

12. Агеєв Є.Я., Заєв М.Л., Піча С.В. Закупівельна логістика : Навчальний посібник. Видавництво: «Новий Світ – 2000», 2024. 719 с.

13. Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Чубакова А.А. Формування асортиментної політики суб'єкта господарювання у сучасних умовах. *Причорноморські*



економічні студії. 2020. Випуск 53. С. 129 – 134. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.53-19>

14. Кириченко С.О., Половинка К.І. Принципи формування асортиментної політики. *Агросвіт*. 2021. № 1-2. С. 90 – 94. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306&6792.2021.1—2.90>

15. Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Косар Н. Маркетингова товарна політика. Видавництво : Львівська політехніка, 2022. 376 с.

16. Попова Н.В. Маркетингові комунікації : підручник / Н.В. Попова, А.В. Катаєв, Л.В. Базалієва, О.І. Кононов, Т.А. Муха ; під загальною редакцією Н.В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

17. Денисова Є.С. Методи стимулювання збуту : навчально-практичний посібник. Київ : ЕАОІ, 2019. 200 с.

18. Балджи М.Д., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.

19. Бозуленко О.Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.

20. Ціни і ціноутворення: Підручник/ За ред. А.В. Непрана, І.А. Дмитрієва. Харків: ПП Іванченка, 2024. 446 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
Ф21 Планування та контролінг на підприємстві Ф19 Управлінський аналіз діяльності підприємства Ф16 Моделювання та прогнозування в менеджменті	Р 4 Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень
Ф15 Маркетинг Ф17 Операційний менеджмент	Р5 Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації
Б2 Теорія ймовірності та математична статистика Ф9 Економічні основи управління організацією	Р 6 Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень