

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань **07 «Управління і адміністрування»**

Код та найменування спеціальності **076 «Підприємництво та торгівля»**

Освітньо-професійна програма ***Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі***

Ступінь вищої освіти ***бакалавр***

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності **076 «Підприємництво та торгівля»**

« _____ » _____ **2023 р. протокол № _____**.

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

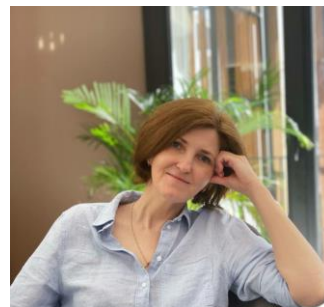
1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)

Викладач: Устенко Інна Андріївна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук

[Профайл](#)

Контакти:
innagross1975@gmail.com
048-712-41-03



Освітній компонент викладається на 3 курсі у 1 семестрі

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	Практичні
денна	40	20	20
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна -80	Заочна - 108	

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «Комерційна діяльність»

Дисципліна полягає в формуванні системи теоретичних знань і практичних навичок з управління комерційною діяльністю підприємств, розроблення та реалізації цінової політики та напрямів розвитку і вдосконалення комерційної діяльності компаній. Вивчає раціональну організацію комерційних процесів з метою їх найбільш ефективного використання, найшвидшого доведення товарів до кінцевих споживачів, здійснення актів купівлі-продажу.

Завдання дисципліни: вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур з виробниками і споживачами; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності компаній. Предметом вивчення дисципліни є взаємовідносини посередницьких підприємств із суб'єктами товарного ринку. Вивчення даної дисципліни базується на діалектичному методі пізнання та загальноекономічних законах і має тісний зв'язок з такими дисциплінами, як економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка, економіка підприємства, економіка праці, організація і планування виробництва, маркетинг, менеджмент тощо.

Освітній компонент «Комерційна діяльність» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Товарознавство», «Митна справа», «Мерчандайзинг».

3. Мета освітнього компоненту

Метою є формування сучасної системи поглядів і спеціальних знань у сфері виробництва, товарного обігу, придбання практичних навичок по організації комерційної діяльності на оптовому та роздрібному ринках, визначенню ефективності комерційної діяльності та оцінки комерційних ризиків.

Основними завданнями пояснення термінів, понять, категорій, розкриття сутності, змісту комерційної діяльності, питань вивчення сутності й основних завдань комерційної діяльності, правові основи комерційної діяльності, основних організаційно-правових форм господарювання. Розробка пропозицій щодо раціоналізації керування торгівлею, вирішення проблем подальшого підвищення ефективності організації технологічних процесів і обслуговування покупців не можливі без широкого використання в ході їх здійснення пакета законодавчих актів, що формують юридичну базу застосування різних форм власності.

Згідно з вимогами програми студенти повинні:

знати :

- сутність комерційної діяльності, принципи і чинники її розвитку;

- суб'єкти і об'єкти комерційної діяльності;
- організаційну структуру підприємства;
- організаційну структуру оптового ринку товарів і послуг;
- особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі.

вміти:

- класифікувати комерційні операції;
- визначати ступінь ризику та оцінювати ефективність комерційної діяльності;
- формувати раціональні канали розподілу в залежності від виду товару і географії ринку збуту.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Рекламна діяльність» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»](#) та освітньо-професійній програмі [«Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері просування товарів в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

- ЗК3 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- ЗК4 здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- ЗК7 здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ЗК9 навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК1 здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу;
- СК5 Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу;
- СК8 здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- СК13 здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі;
- СК14 здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

- ПРН1 демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- ПРН3 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- ПРН7 використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;
- ПРН8 застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- ПРН11 демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- ПРН12 виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- ПРН14 виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
- ПРН15 діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

№ теми	Зміст теми	Денна	Заочна
1.	Тема 1. Поняття і суть комерційної діяльності. Предмет, зміст і завдання дисципліни. Об'єкти комерційної діяльності. Товар як об'єкт комерційної діяльності. Послуга як об'єкт комерційної діяльності. Особливі види комерційної діяльності. Суб'єкти комерційної діяльності. Елементи комерційної діяльності. Принципи комерційної діяльності. Методи і прийоми пізнання комерційної діяльності.	2	1
2.	Тема 2. Маркетингові дослідження в комерційній діяльності Маркетингові дослідження як основа ефективної комерційної діяльності Напрямки дослідження ринку товарів Вибір маркетингової стратегії на ринку	2	1
3.	Тема 3. Комерційна діяльність на промисловому підприємстві. Промислове підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Види підприємств залежно від форм власності. Фактори, що впливають на комерційну діяльність промислового підприємства. Внутрішні та зовнішні фактори. Зовнішні фактори непрямої дії.	4	1
4.	Тема 4. Маркетинг в торгівлі Основи функціонування ринку Формування асортименту товарів Попит на товари, його вивчення і прогнозування Поняття асортиментної політики, асортименту та торговельної номенклатури товарів	4	-
5.	Тема 5. Комерційна діяльність на оптовому ринку товарів та послуг Основи функціонування оптового ринку Основи формування асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі	4	1
6.	Тема 6. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі Комерційні служби роздрібних торговельних підприємств Попит на товари, його вивчення і прогнозування Поняття асортиментної політики, асортименту та торговельної номенклатури товарів	2	1
7.	Тема 7. Оцінка ефективності комерційної діяльності та комерційний ризик Сутність та показники ефективності комерційної діяльності Сутність та класифікація комерційних ризиків Аналіз і оцінка комерційного ризику Шляхи зниження комерційного ризику	2	1
Разом		20	6

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1	Ринок і комерційна діяльність	2	1
2	Кон'юнктурні дослідження товарних ринків	2	-

3	Розрахунок показників асортименту продукції	4	1
4	Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	2	-
5	Оцінка середнього товарного запасу	4	2
6	Оцінка асортименту на основі ABC-аналізу	4	2
7	Ціноутворення в комерційній діяльності	2	-
	Всього	20	6

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Види навчальної діяльності	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1	Опрацювання лекційного матеріалу	10	20
2	Підготовка до практичних занять	20	30
3	Опрацювання окремих розділів програми, які не виносяться на лекції	20	30
4	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань	30	28
	Всього за ОК:	80	108

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- письмові контрольні роботи за окремими темами або модульні контрольні роботи;
- тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;
- виконання і захист практичних робіт;
- усне опитування;
- тощо.

Підсумковий контроль – *іспит*.

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	Денна	Заочна
Змістовний модуль 1. Рекламна діяльність		
Лекційний курс *	10	6
Практичні роботи*	50	45
Самостійна робота (у вигляді індивідуального завдання модуля 1) *	15	24
Тестування*	25	25
Всього	100,0	100,0

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському](#)

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

Лекційний курс (оцінювання однієї лекції)

Денна	Заочна		
0,81 – 1 балів	1,61 – 2 балів	Лекція оформлена відповідно до вимог, студент активний на лекції, надає повні обґрунтовані відповіді	відмінно
0,61 - 0,8 балів	1,21 - 1,6 балів	Лекція має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді студентом допущені неточності	дуже добре
0,41 – 0,6 балів	0,81 – 1,2 балів	Лекція має відхилення при оформленні або студент має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки	добре
0,21 – 0,4 балів	0,41 – 0,8 балів	Лекція має суттєві відхилення при оформленні або студент має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки	достатньо
0-0,2 балів	0-0,4 балів	Лекція не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи)

Денна	Заочна		
4,5 - 5 балів	12,1-15 балів	Практична робота відпрацьована та захищена вчасно, оформлена відповідно до вимог, надані повні обґрунтовані відповіді, складений висновок	відмінно
4,0 - 4,4 балів	9,1 – 12 балів	Практична робота відпрацьована та вчасно захищена, має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді допущені неточності	дуже добре
3,5 – 3,9 балів	6,1-9 балів	Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки	добре
2,1 – 3,4 балів	3,1-6 балів	Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки	достатньо
0-2 балів	0-3 балів	Практична робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи)

Денна	Заочна		
12,1 –15,0 балів	19,3-24,0 балів	Самостійна робота відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді	відмінно
9,1 – 12 балів	14,5 -19,2 балів	Самостійна робота відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності	дуже добре
6,1 – 9 балів	9,7 – 14,4 балів	Самостійна робота відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки	добре
3,1 – 6 балів	4,9 – 9,6 балів	Самостійна робота відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
0 – 3 балів	0 – 4,8 балів	Самостійна робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Тестування

20,1-25,0	90 - 100 % правильних відповідей	відмінно
14,9 -20,0	74 – 89% правильних відповідей	дуже добре
9,9 – 15,0	60 – 73% правильних відповідей	добре
14,9 – 10,0	35 – 59 % правильних відповідей	достатньо
0 – 5,0	0-35 % правильних відповідей	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття:

- словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія;
- наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація;
- пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.

- **Практичні заняття:** для вивчення основних положень торговельного маркетингу (групове обговорення нагальних питань; дискусії, робота в малих групах, кейс-метод, мозковий штурм),

Самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, реферування.

8. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Маркетинг [Електронний ресурс]: підручник / Р. І. Буряк, В. К. Збарський, М. П. Талавира, В. М. Бондаренко; за ред. В. К. Збарського; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — Вид. 2-ге перероб. та допов. — Київ: КОМПРИНТ, 2023. — 538 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2145668>

2. Маркетингові системи розподілу [Текст]: навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезовова, В. В. Лагодієнко та ін.; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. — Дніпро: Грані, 2022. — 244 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2069311>

3. Маркетинг промислового підприємства [Електронний ресурс]: навч. посіб. / А. І. Яковлев, М. І. Ларка, С. П. Сударкіна та ін.; за ред. А. І. Яковлева, М. І. Ларки; Нац. техн. університет "Харків. політехн. ін-т". — Київ: Кондор, 2019. — 504 с.

4. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс]: навч. посіб. / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртичян; під ред. О. І. Зоріної; Укр. держ. ун-т заліз. транспорту. — Харків, 2021. — 227 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2143983>

5. Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін "Інновації та інноваційна економіка", "Інновації та маркетинг інновацій", "Маркетинг інновацій", "Інноваційний розвиток підприємства", "Digital-marketing", "Технології та новації" [Електронний ресурс]: навч. посіб. / І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна, Є. І. Венгер, О. В. Кифяк; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича, Економічний ф-т, Каф. маркетингу, інновацій та регіонального розвитку. — Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. — 132 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2140647>

6. Маркетинг в Україні. — Київ: ВГО "Українська асоціація маркетингу", 2022.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1889182>

7. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]:

кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с. : табл., рис.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1626597>

Додаткові

1. Заруба В.Я. Парфентенко І.А. Маркетинг роздрібної торгівлі. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей – Харків: НТУ «ХП», 2019.– 106 с.
2. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
3. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
4. Косар Н.С. Маркетингові дослідження / Н.С. Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
6. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
8. 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.
9. Гліненко Л. К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 83-102
10. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. – 2-ге вид., стер. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. 200 с. : іл.
11. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколасенко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
12. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48-2. С. 27-30.

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#) , [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач

Інна УСТЕНКО

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол від « ____ » _____ 2023 р. № ____

Завідувач кафедри

Володимир ЛАГОДІЄНКО