

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
	НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ	
	Галузь знань:	07Управління та адміністрування
	Спеціальність:	075 Маркетинг
	Освітній ступінь:	Фаховий молодший бакалавр

1. Відомості про викладача

I. Особисті дані викладача:	
Прізвище, ім'я та по батькові	Пальчевська Тетяна Георгіївна
науковий ступінь/ звання / посада	Викладач вищої категорії, викладач методист
II. Контактні дані викладача:	
- електронна пошта:	Tanya_ntf@ukr.net
- телефон та кабінет комісії:	
- посилання на освітній контент дисципліни	
- сайт викладача / циклової комісії	
III. Місце та час проведення консультацій:	Ауд 612

2. Загальна інформація про дисципліну та її опис

I. Загальна інформація про дисципліну:				
назва дисципліни	Комерційна діяльність			
статус дисципліни			форма семестрового контролю	екзамен
форма навчання	денна		загальний обсяг дисципліни в кредитах ЄКТС/годинах	
курс та семестр	II-III курс, III-IV семестр			
мова викладання, навчання та оцінювання	українська			
кількість змістових модулів із розподілом обсягу годин				
II. Опис дисципліни:				
АНОТАЦІЯ	Дисципліна «Комерційна діяльність» дає можливість здобувачам отримати знання щодо закономірностей і тенденцій розвитку сучасної торгової справи в складних умовах ринкової економіки з тим, щоб творчо використовувати ці знання для ефективного здійснення торгових процесів у сфері товарного обігу; формування комплексного підходу до ефективної організації комерційної діяльності підприємств.			
МЕТА дисципліни	Метою вивчення дисципліни «Комерційна діяльність» є опанування студентами знань щодо засад планування і організації комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання, формування у студентів відповідних практичних вмінь та навичок.			
ЗАВДАННЯ дисципліни	Вивчення дисципліни «Комерційна діяльність» є: вивчення основ організації, планування та управління комерційною діяльністю підприємств.			

ЗВ'ЯЗКИ дисципліни	Економіка, Політекономія, Економіка підприємства, Комунікаційна діяльність, Основи ринкових досліджень, Маркетингова цінова політика, Інфраструктура товарного ринку.	
-----------------------	---	--

3. Компетентності та результати навчання формуванню яких сприяє дисципліна (за умови успішного вивчення здобувачем навчальної дисципліни)

КОМПЕТЕНТНОСТІ:	<p>Загальні компетентності (ЗК):</p> <p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3 . Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p>
	<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):</p> <p>СК1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2.Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>СК4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p>

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ:	<p>РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.</p> <p>РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.</p> <p>Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 11.</p> <p>РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.</p> <p>РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.</p> <p>РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.</p>
----------------------	---

4. Політика дисципліни

Київському професійно-педагогічному фаховому коледжі імені Антона Макаренка (<https://kppk.com.ua/info/osvitniyproc.pdf>).

Політика дисципліни щодо:	
- дедлайнів та перекладання	Дотримання термінів графіку освітнього процесу щодо вивчення дисципліни Здобувачі освіти повинні мати активовану коледжанську пошту. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання відбувається із дозволу завідувача відділення за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- 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 використовуються в освітньому процесі).
- відвідування	Для здобувачів освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в коледжанських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.
- поведінки під час занять	Заборона запізень, використання мобільних гаджетів не в навчальних цілях

5. Політика оцінювання

Мінімальна кількість балів, яку здобувач освіти має отримати для допуску до підсумкового контролю – 30 балів

5.1 Розподіл балів, які студенти отримують під час вивчення дисципліни

Вид та форма діяльності студентів за яку нараховуються бали *	Максимальна кількість балів
Робота на семінарських (практичних) заняттях	30
Виконання самостійної роботи	30
Підсумковий контроль (екзамен)	40
Загальна кількість балів	100

* Для отримання додаткових балів (за власним бажанням студента/ки або у випадку, якщо студентом/кою з поважних причин не набрано необхідної кількості балів) студент/ка можуть виконати одне з індивідуальних завдань, яке максимально може бути оцінене в 15 балів та / або пройти курс (один з рекомендованих) та за умови одержання сертифікату, отримати 10 балів.

5.2 Принцип розрахунку балів за роботу на семінарських (практичних) заняттях

За кожне семінарське (практичне) заняття студент/ка може отримати **5 балів за такі види діяльності:**

участь в занятті / виконання завдання:	
3 бали	активна участь в обговоренні питань; вірні та повні відповіді на питання; успішне виконання завдань
2 бали	активна / помірно активна участь в обговоренні питань; відповіді на питання вірні, проте мають певні неточності / відповіді не повні; виконані завдання мають певні неточності / незначні помилки або є виконані не в повному обсязі
1 бал	помірна участь в обговоренні питань; відповіді на питання поверхневі / мають суттєві неточності; виконані завдання мають суттєві неточності та / або виконані не в повному обсязі
0 балів	студент/ка відсутній/ня на занятті; завдання не виконані
складання тесту:	
2 бали	якщо студент/ка відповіли вірно більш ніж на 80 % питань
1 бал	якщо студент/ка відповіли вірно більш ніж на 40 % питань
0 балів	студент/ка відповіли вірно на менш ніж 40 % питань

Середній бал отриманий на семінарських (практичних) заняттях дорівнює сумі всіх балів отриманих на семінарських (практичних) заняттях, поділений на 2.

Тобто $X = (ПР\ 1 + ПР\ 2 + ПР\ 3 + \dots + ПР\ 12) : 2$, де: X – середній бал; ПР 1, ПР 2 і т.д. – кількість балів за кожне практичне / семінарське заняття; 2 – коефіцієнт.

5.3 Принцип розрахунку балів за виконання самостійної роботи

За виконання самостійної роботи по темі студент/ка може отримати **3 бали:**

3 бали	робота задана вчасно, виконана якісно та в повному обсязі
2 бали	робота здана вчасно, але не в повному обсязі, якість виконання задовільна; робота виконана в повному обсязі та якісно, проте здана невчасно
1 бал	робота здана невчасно, виконана не в повному обсязі та неякісно
0 балів	робота відсутня

Середній бал за самостійну роботу дорівнює сумі всіх балів отриманих за виконану роботу, поділений на 2.

Тобто $X = (СРС\ 1 + СРС\ 2 + \dots + СРС\ 15) : 2$, де: X – середній бал; СРС 1, СРС 2 і т.д. – кількість балів за кожну самостійну роботу; 2 – коефіцієнт.

5.4 Принцип обрахунку підсумкової оцінки

Підсумкова оцінка дорівнює сумі середнього балу за практичні / семінарські заняття та самостійну роботу, балу за індивідуальне завдання (якщо вони виконувалося) та балу за підсумкового контролю.

Середній бал отриманий за		Бал за індивідуальне завдання та / або курс*	Підсумковий контроль	Сума
діяльність на практичних / семінарських заняттях	самостійну роботу			
40	30	15	30	100

* якщо студент/ка його виконував/ла

5.5 Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
100-90	A	відмінно
89-82	B	добре
81-75	C	
74-67	D	задовільно
66-60	E	
59-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
01-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. Система контролю

Методи контролю	
поточного	підсумкового
<ul style="list-style-type: none"> - усне опитування, бесіда, дискусія; - тестування; - виклад матеріалу на задану тему в письмовій формі; - розв'язання проблемних ситуацій; - складання тестів, схем, інтелект карт, порівняльних таблиць; - презентація самостійної роботи; - інші 	<ul style="list-style-type: none"> - екзамен у формі тестування та вирішення практичних ситуацій

7. Навчально-методична карта навчальної дисципліни

№	Назва теми та короткий зміст / зміст самостійної роботи	Форма діяльності / кількість годин	Терміни виконання
	Змістовий модуль 1 Сутність і завдання комерційної діяльності		
	Тема 1. Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємства	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 2. Функції комерційних служб підприємства	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 3. Суб'єкти комерційної діяльності	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 4. Об'єкти комерційної діяльності	Л: 2 год; СР: 2 год.	

	Змістовий модуль 2. Методи і засоби підвищення ефективності комерційної діяльності		
	Тема 5. Дослідження ринку товарів і послуг	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 6. Експортно-імпортні операції	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 7. формування асортименту товарів промислових підприємств	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 8. Формування товарного асортименту товарів підприємств оптової торгівлі.	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 9. Ризики та ефективність комерційної діяльності.	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 10. Аналіз комерційної діяльності на підприємствах	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Змістовий модуль 3. Управління комерційною діяльністю підприємств		
	Тема 11. Організація і планування закупівельної діяльності підприємств	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 12. Організація і планування збутової діяльності підприємств	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 13. Організація комерційних зв'язків з постачання і збуту	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 14. Організація складського господарства і технологія складських операцій	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 15. Організація і технологія продажу товарів.	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 16. Комерційна діяльність на оптовому ринку	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 17. Організація оптового продажу товарів	Л: 2 год; СР: 2 год.	
	Тема 18. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі	Л: 2 год; СР: 2 год.	

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	К-ть годин		
		IVсем	Vсем	
1.	Суть і завдання комерційної діяльності підприємства ТОВ «Спокуса».	2	2	
2.	Комерційні служби підприємства ТОВ «Спокуса».	2	2	
3.	Функції комерційних служб.	2	2	
4.	Установчі документи ТОВ «Спокуса».	4	2	
5.	Суб'єкти комерційної діяльності.	4	2	
6.	Об'єкти комерційної діяльності.	4	2	
7.	Вибір маркетингової стратегії на ринку товарів та послуг.	2	2	
8.	Організація закупівель товарів на ярмарках і виставках.	2	2	

9.	Організація і планування збутової діяльності підприємства.	4	2	
10.	Організація комерційних зв'язків з постачанням і збутом.	2	2	
11.	Формування асортименту товарів НТФ «Спокуса».	4	2	
12.	Планування матеріального забезпечення підприємства	4	2	
13.	Організація господарських зв'язків та вибір потенціального постачальника.	4	2	
14.	Основні принципи та зміст стратегічного планування торгівельно-посередньої фірми.	4		
15.	Основні види і форми оренди.	2		
16.	Фінансовий менеджмент	4	2	
17.	Пошук і вибір конкурентоспроможних постачальників	4	2	
18.	Організація складського господарства і технологія складських операцій	4	2	
19.	Складення звітів по роботі фірми	4	3	
	Всього	62	35	

8. Самостійна робота та/або індивідуальні завдання

Самостійна робота

Самостійна робота здобувача освіти - форма організації освітнього процесу, що передбачає засвоєння здобувачем освіти навчального матеріалу у вільний від навчальних занять час під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі. Самостійна робота може здійснюватися у формі виконання індивідуальних завдань.

Індивідуальні завдання

Для підвищення середнього балу по дисципліні студент може виконати індивідуальне завдання та/або пройти онлайн курс.

Індивідуальне завдання – форма організації навчання, що має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які здобувачі освіти отримують в процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці. Індивідуальні завдання виконуються здобувачем освіти самостійно, але під керівництвом викладача.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ	
I. Вимоги:	II. Оцінювання :
1) індивідуальне завдання може бути виконане у формі*: <ul style="list-style-type: none"> – наукового реферату (з мультимедійною презентацією чи без такої); – наукової статті; – творчої роботи (творчий реферат з ілюстраціями, відео тощо); – конспекту лекції з підсумковим опитуванням (тести до лекції на базі її змісту; кросворд по темі; практичне завдання по темі; ребуси тощо); – сценарію ділової гри; 	Індивідуальне завдання оцінюється враховуючи: <ul style="list-style-type: none"> - якість його виконання (науковість / креативність, дотримання вимог щодо структури, обсягу тощо), - дотримання політики академічної доброчесності та дедлайнів, - повноту розкриття тематики,

<p>– коміксу (за умови повного розкриття теми); – проекту (тематику та вимоги, надає викладач).</p> <p>2) індивідуальне завдання виконується з дотриманням політики академічної доброчесності та дедлайнів. <i>*Детальні вимоги щодо кожної форми можна дізнатися у викладача.</i></p>	<p>- якість представлення результатів (якщо це передбачено умовами виконання індивідуального завдання).</p> <p>Максимальна кількість балів – 15.</p>
КУРСИ	
I. Вимоги та перелік	II. Оцінювання
<p>1. Онлайн курси загального та професійного спрямування, які допоможуть розвинути окремі загальні та/або професійні компетентності.</p> <p>2. Перелік курсів надається викладачем.</p> <p>3. Студент може пройти будь-яку кількість курсів, але зарахований буде лише один.</p>	<p>За проходження онлайн курсу, за умови отримання відповідного сертифікату, студент може отримати додаткові бали.</p> <p>Максимальна кількість балів - 10</p>

9. Питання до іспиту

Перелік орієнтовних питань, які виносяться на підсумковий контроль

1. У чому полягає суть комерційної діяльності в роздрібній торгівлі
2. Які функції виконує комерційна служба
3. Від чого залежить структура комерційних служб
4. Що таке попит
5. Перелічить фактори, що формують попит
6. Які види аналізу використовують при прогнозуванні попиту
7. На підставі чого розробляють замовлення на постачання товару
8. Що таке асортиментна політика
9. Асортиментний перелік товару це –
10. Назвіть етапи формування асортименту товару. Дайте їм характеристику.
11. Визначте основне завдання закупівельної роботи в оптовій торгівлі.
12. Як використовують маркетинг в закупівельній роботі
13. Назвіть основні форми господарських зв'язків з постачальниками.
14. Розкрийте сутність визначень «комерційна інформація», «комерційна таємниця»
15. Висловіть класифікацію постачальників товарів
16. У чому полягає сутність прямих господарських зв'язків покупців з постачальниками
17. Перелічить переваги прямих договірних зв'язків
18. Назвіть основні завдання ярмарку
19. Що таке товарні запаси
20. Суб'єкти комерційної діяльності.
21. Об'єкти комерційної діяльності
22. Обґрунтуйте актуальність і необхідність проведення оцінки конкурентоспроможності товарів при виборі постачальників.
23. Дайте коротку характеристику показників критеріїв оцінки постачальників (сервісного, фінансового)
24. Які індикатори включають критерії «імідж постачальника»
25. Види та джерела формування прибутків торговельного підприємства
26. Організація складського господарства і технологія складських операцій
27. Основні статті договору купівлі-продаж.
28. Цінова політика підприємства
29. Продаж товарів у кредит.
30. Електронна комерція
31. Ризики та ефективність комерційної діяльності.

10. Рекомендовані джерела

10.1 Основні джерела:

10.2 Допоміжні джерела:

1. Балабан П.Ю., Балабан М.П., Мітяєва Т.Л., Михайленко О.М., Попова Л.О., Хурса М.М. Комерційна діяльність: підручник / за ред. проф. П.Ю. Балабана. Харків: Світ Книг, 2019. 452 с.
2. Комерційна діяльність: підручник / за ред. П. Ю. Балабана. Харків: Світ книг, 2015. 452 с.
3. Товарознавство та комерційна діяльність : підручник / В. Л. Дикань, А. О. Каграманян, Н. Є. Каличева та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
4. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М., Мітяєва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.
5. Сатир Л. М., Кепко В. М., Стаднік Л. І., Непочатенко А. В. Бізнесаналітична робота в комерційній діяльності: обґрунтування господарських рішень щодо роздрібно́ї торгівлі. Інвестиції: практика та досвід. 2020. №15. С. 17–21.
6. Сатир Л. М., Кепко В. М., Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Комерційна діяльність у системі бізнес-аналітичного забезпечення розвитку ринкової інфраструктури на основі здійснення оптової та роздрібно́ї торгівлі. Агросвіт. 2020. №16. С. 3–8.
7. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І. Стратегічний аналіз формування інноваційних інструментів товарознавства та комерційної діяльності з метою реалізації екологічно чистої продукції. Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2020, Вип. 12, №44. С.77–86.

10.3 Інформаційні ресурси:

1. <https://www.rada.gov.ua>
2. <https://www.coursera.org/>
3. <https://prometheus.org.ua/>
4. <https://www.product-it-edu.org/>