



Відділення підприємництва та маркетингу  
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

## СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	DP033 Комерційне підприємництво / Commercial enterprise
Рівень вищої освіти / фахової передвищої освіти	Фахова передвища
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Семестр	5 семестр (9 кл), 4 семестр (11 кл)
Відділення	Підприємництва та маркетингу
Курс	3 курс (9 кл), 2 курс (11 кл)
Анотація курсу	Навчальна дисципліна спрямована на формування у майбутніх фахівців системних знань і розуміння концептуальних основ логістики, теорії й практики розвитку цього напрямку та набуття навичок самостійної роботи щодо засвоєння навчального матеріалу стосовно сучасних методів управління матеріальними та іншими потоками в сучасних умовах.
Сторінка курсу в MOODLE	<a href="http://78.137.2.119:1919/m72/course/view.php?id=787">http://78.137.2.119:1919/m72/course/view.php?id=787</a>
Мова викладання	українська
Лектор курсу	викладач вищої категорії Руденко Альона Юріївна канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті ел.пошта: <a href="mailto:rudenkoalona31@gmail.com">rudenkoalona31@gmail.com</a> , тел. 097-919-32-63 (Viber, Telegram), Facebook Messenger: <a href="https://www.facebook.com/alyona.rudenko.5/">https://www.facebook.com/alyona.rudenko.5/</a>
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма	<a href="http://csbc.edu.ua/documents/otdel/koop_m.pdf">http://csbc.edu.ua/documents/otdel/koop_m.pdf</a>
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку. Здатність використовувати логістичні системи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

<b>Перелік програмних результатів навчання</b>	<p>Уміти застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності.</p> <p>Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.</p> <p>Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів</p> <p>Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>Визначати основні показники діяльності підприємницьких, торговельних</p> <p>Використовувати логістичні системи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p>
<b>Опис дисципліни</b>	
<b>Структура навантаження на студента</b>	<p>Загальна кількість годин – 120</p> <p>Кількість кредитів – 4</p> <p>Кількість лекційних годин – 30</p> <p>Кількість практичних занять – 30</p> <p>Кількість годин для самостійної роботи студентів – 60</p> <p>Форма підсумкового контролю – екзамен</p>
<b>Методи навчання</b>	<p>Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).</p>
<b>Зміст дисципліни</b>	
<b>Тема 1. Основи підприємництва та його роль в суспільстві</b>	<p>Виникнення та еволюція поняття підприємництва. Поняття «підприємництво», «підприємство», «підприємець». Сутність та роль підприємництва. Функції підприємницької діяльності. Принципи підприємницької діяльності. Роль підприємництва в ринковій економіці. Подібність та відмінність бізнесу та підприємництва. Види бізнесу, підприємництво як різновид бізнесу. Найперспективніші сфери підприємницької діяльності.</p>
<b>Тема 2. Сутність і зміст комерційного підприємництва</b>	<p>Сутність комерційного підприємництва. Походження і значення терміну «комерція». Сучасне тлумачення комерційної діяльності. Комерсант, його риси. Принципи комерційного підприємництва. Комерційна політика. Комерційні процеси та їх види. Роль і функції комерційного підприємництва. Правове регулювання діяльності суб'єктів комерційної діяльності. Комерційних рішення. Особливості комерційних рішень.</p>
<b>Тема 3. Суб'єкти та об'єкти комерційного підприємництва</b>	<p>Основні суб'єкти комерційного підприємництва. Права та обов'язки підприємця-комерсанта. Види відповідальності підприємця-комерсанта. Види підприємств. Фактори вибору виду підприємства. Організаційно-правові форми підприємництва, їх переваги та недоліки. Фактори вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. Посередницькі підприємства і структури. Комерційно-посередницька діяльність. Поняття товару. Споживчі товари. Товари виробничого призначення. Класифікація споживчих товарів. Особливості формування попиту на товар. Фактори попиту. Послуга, її особливості. Види послуг в комерційному підприємстві. Ринок товарів і послуг як сфера</p>

	<p>комерційної діяльності посередницьких підприємств. Етапи процесу створення власної справи. Підприємницька ідея. Джерела підприємницьких ідей. Фактори, що впливають на вибір підприємницької ідеї. Процедура вибору організаційно-правової форми підприємства. Засновницькі документи: статут, установчий договір. Структура засновницьких документів. Процес підготовки засновницьких документів. Процедура державної реєстрації новоствореного підприємства. Документи, які необхідно подати для державної реєстрації фізичної та юридичної особи. Бізнес-планування. Функції бізнес-плану. Структура бізнес-плану.</p>
<p><b>Тема 4. Дослідження ринку товарів та послуг</b></p>	<p>Структура споживчого ринку. Показники кон'юнктури виробництва споживчих товарів. Показники збутової і торгової кон'юнктури. Методика дослідження кон'юнктури споживчого ринку. Цілі, завдання і зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків. Інфраструктура товарного ринку. Технологічна послідовність проведення досліджень. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку. Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень за результатами кон'юнктурних досліджень. Вибір методів збирання, систематизації та аналізу даних досліджень. Дослідження зовнішнього середовища, посередницьких підприємств. Дослідження конкурентів і визначення їхніх позицій. Вивчення намірів і уподобань споживачів. Визначення факторів успішності товарів на ринку. Визначення кон'юнктури товарного ринку.</p>
<p><b>Тема 5. Комерційні договори</b></p>	<p>Організація договірних відносин у комерційному підприємстві. Загальна характеристика підприємницьких договорів (контрактів, угод) як єдиної правової норми партнерських взаємозв'язків у бізнесі. Сутність комерційного договору. Класифікація комерційних договорів. Формування умов договору підприємцем. Типовий зміст, специфічні й загальні умови договору. Формування можливих конкретних умов договору: предмет договору; якість продукції; ціна товару; форма платежу; термін поставлення товару; упаковка і маркування товару; здавання-приймання товару; штрафні санкції; форс-мажор; арбітраж; інші умови.</p>
<p><b>Тема 6. Організація і планування закупівельної та збутової діяльності підприємств</b></p>	<p>Суть закупівельної роботи. Роль і зміст закупівельної роботи. Етапи закупівельної роботи. Етапи комерційної роботи з оптових закупівель товару. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів. Вивчення і прогнозування купівельного попиту. Класифікація постачальників. Організація господарських зв'язків із постачальниками товарів. Контроль та облік надходження товарів від постачальників. Форми і порядок розрахунків підприємств зі своїми контрагентами. Правила готівкових розрахунків на підприємстві. Правила безготівкових розрахунків. Форми безготівкових розрахунків: платіжні доручення, платіжні вимоги-доручення, векселі, чеки, акредитиви, розрахунок в порядку планових платежів. Сегментування ринку. Фактори сегментування ринку: демографічні, географічні, поведінкові та психографічні. Ознаки сегментування ринку. Методи сегментування ринку. Типи каналів збуту. Методи збуту. Організація служби збуту на підприємстві. Пошук потенціальних клієнтів. Стадії розробки плану збуту. Підготовка прогнозів загальногосподарської і ринкової кон'юнктури. Підготовка прогнозу збуту підприємства. Розробка</p>

	<p>фінансового кошторису збуту. Установлення норм збуту. Вибір каналів розподілу товарів. Складання планів збуту. Статистичний аналіз продажу.</p>
<p><b>Тема 7. Організація і технологія продажу товарів</b></p>	<p>Чинники, що впливають на активізацію продажу. Процес мотивації. Трикутник мотивації. Презентаційна та комунікаційна модель мотивації. Поради продавцю при використанні презентаційної моделі мотивації продажу. Поради продавцю при використанні комунікаційної моделі мотивації. Протиріччя між стратегіями мотивації. Ситуаційні моделі мотивації продажів. Невербальні методи психології результативних продаж. Невербальні сигнали: міміка, положення рук та ніг, жестикуляція. Особистісний простір. Сигнали очей. Постава і поза. Значення жестів. Стимулювання продаж. Мета стимулювання продаж. Особливості проведення заходів зі стимулювання продаж. Види стимулювання продаж. Стимулювання споживачів з різним ставленням до товарної марки. Переваги та недоліки стимулювання продажів.</p>
<p><b>Тема 8. Комерційне підприємництво в оптовій та роздрібній торгівлі</b></p>	<p>Суть ярмаркової і виставкової діяльності. Класифікація ярмарків і виставок за територіальною ознакою, за товарним профілем, за тривалістю і способом проведення. Порядок підготовки і проведення ярмарків в Україні і за кордоном. Порядок укладання договорів поставки товарів на ярмарках. Суть біржової торгівлі. Визначення товарних бірж. Роль і функції товарних бірж. Контингент суб'єктів біржової торгівлі. Об'єкти біржової торгівлі товарами. Механізм проведення біржових торгів. Проведення розрахунків на біржах. Суть біржових операцій і оборудок. Класифікація оборудок і операцій на товарних біржах. Види біржових посередників. Організація роботи брокерських контор. Особливості проведення біржових операцій. Суть товарних аукціонів. Основні стадії проведення аукціону. Порядок оформлення розрахунку за придбані на аукціоні товари. Основні поняття роздрібної торгівлі. Методи роздрібного продажу товарів. Магазинний та поза магазинний методи продажу товарів. Характеристика форматів: гіпермаркет, супермаркет, кешендкеррі, м'який та жорсткий дискаунтери. Особливості роздрібної торгівлі в Україні. Закон Парето. Сучасні тенденції роздрібної торгівлі в Україні.</p>
<p><b>Тема 9. Зовнішньоекономічна комерційна діяльність</b></p>	<p>Роль посередницької ланки в організації комерційної діяльності на зовнішньому ринку. Експортні та імпорتنі фірми, приклади їх існування на українському ринку. Міжнародна комерційна операція. Суб'єкти і об'єкти міжнародної комерційної операції. Суть та види міжнародних торгово-посередницьких операцій: операції з перепродажу, комісійні, агентські, брокерські. Операції, що забезпечують виконання міжнародних комерційних операцій: транспортно-експедиторські, складські, страхові, фрахтові. Поняття міжнародної торгової угоди. Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту, його основні умови та їх обґрунтування. Базисні умови поставки товарів «Інкотермс». Поняття митниці та її функції. Організація митної справи в Україні. Поняття митного оформлення та контролю вантажів.</p>
<p><b>Тема 10. Ризики та ефективність комерційної діяльності</b></p>	<p>Суть і зміст комерційного ризику. Класифікація комерційних ризиків. Аналіз і оцінка комерційного ризику. Суть, методи та критерії ефективності комерційної діяльності. Показники</p>

	ефективності комерційної діяльності. Економічний ефект. Соціальний ефект. Локальний ефект. Народногосподарський ефект. Чистий прибуток. Доходи та витрати. Рентабельність діяльності. Показники ефективності використання основних засобів й товарних ресурсів.
--	---

### Політика дисципліни

<b>Політика відвідування</b>	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
<b>Академічна доброчесність</b>	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.

### Система оцінювання

Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних, семінарських та інших видів занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/ семестровий контроль, проводиться у формі екзамену відповідно до графіку навчального процесу.

Підсумкова оцінка за умови екзамену виставляється як загальна сума балів набраних за результатами поточного (70%) та підсумкового контролю.

#### Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Виконання завдань на семінарських заняттях	15
Експрес-контрольні	10
Модульні контрольні роботи	15
Розрахункова робота	15
Опрацювання нормативних документів	10
Презентація за обраною темою	5
Екзамен	30
Разом	100

### Шкала оцінювання

ECTS	Бали	Зміст
<b>A</b>	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
<b>B</b>	80-89	Повні знання, міцні вміння
<b>C</b>	70-79	Хороші знання та вміння
<b>D</b>	65-69	Задовільні знання, стереотипні вміння
<b>E</b>	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
<b>FX</b>	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
<b>F</b>	1-34	Необхідний повторний курс

## Список рекомендованих джерел

1. 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
2. Mokyr The Economics of the Industrial Revolution (Routledge Revivals), London. 2018, 282 p.
3. Waldman, Don E. Jensen Elizabeth J. Industrial organization: theory and practice. 2016, 42 p.
4. Антонюк Я.М. Комерційна діяльність Підручник для ВНЗ (доп. МОН України) / За ред. Апопія В.В., Гончарук Я.А., Бабенко С.Г., Апопій В.В. – К.: Знання, 2008. – 558 с.
5. 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.
6. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник. Харків: Світ Книг, 2015. 452 с.
7. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Основи підприємництва: Підручник. – Ж.: ЖДТУ, 2019. 492 с.
8. Васильєв Г.А. Комерційна діяльність промислової фірми. / Г.А. Васильєв, Л.В. Осипова – М.: Економічна освіта, 2010. – 345с.
9. Вовчак О. Д. Рудевська В. І., Спіфанова А. Л. Факторинг: навч. посібник. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. 299 с.
10. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show436-15>.
11. Комерційна діяльність: поняття, зміст та цілі. URL: [http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econo-nom\\_pidpr/19779/](http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econo-nom_pidpr/19779/).
12. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
13. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / за ред. проф. І. М. Буднікевич. К : Центр учбової літератури, 2013. 536 с.
14. Осипова Л.В. Основи комерційної діяльності. / Л.В. Осипова, І.М. Синяєва М.: Юніті –Дана. – 2009. – 325с.
15. Панченко С.В., Дикань В. Л., Шраменко О. В. Підприємництво: підручник. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. 228 с.
16. Сотник І. М., Таранюк Л. М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572с.
17. Шалева О. І. Електронна комерція: посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2017. 216 с.