

**Рівненський державний гуманітарний університет**  
**факультет документальних технологій, менеджменту, технологій та фізики**  
**кафедра менеджменту**

|   |   |
|---|---|
| <b>Назва дисципліни</b>   | Управління комерційною діяльністю   |
| <b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b>                     | 3кредити /90годин   |
| <b>Вид підсумкового контролю</b>  | залік   |
| <b>Викладач (і)</b>   | Шимко Ольга Володимирівна   |
| <b>Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі</b>                                       | <a href="http://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-menedzhmentu/sklad-km/121-personalii/1238-shymko-olha-volodymyrivna">http://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-menedzhmentu/sklad-km/121-personalii/1238-shymko-olha-volodymyrivna</a> |
| <b>E-mail викладача:</b>  | olha.shumko @rshu.edu.ua  |
| <b>Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі</b> |   |
| <b>Мова викладання</b>  | українська  |
| <b>Консультації</b>   | Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій  |

**Мета:** формування у здобувачів вищої освіти системи знань і розуміння теоретичних і методологічних основ управління комерційною діяльністю, набуття навичок самостійного прийняття управлінських комерційних рішень.

**Завдання навчальної дисципліни:**

- формування базової системи наукових знань у галузі управління комерційною діяльністю, сучасних концепцій та актуальних проблем теорії та практики цієї навчальної дисципліни;
- виявлення особливостей управління комерційною діяльністю на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі, інших видів господарської діяльності;
- набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності та наслідків управлінських рішень, що приймаються на торговельному підприємстві в процесі управління комерційною діяльністю.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

**знати:**

- сутність та складові управління комерційною діяльністю торговельного підприємства на ринку товарів і послуг;
- комерційні процеси, які здійснюються у торгівлі, їх особливості;
- особливості, основні форми та методи оптової та роздрібною торгівлі;
- види договорів та угод, які укладаються в процесі комерційної діяльності;
- методіку планування товарних запасів та управління ними;
- засоби активізації продажу товарів;
- процес управління комерційним ризиком;
- основну законодавчу та нормативну базу, що регламентує комерційну діяльність підприємств;

**вміти:**

- розробляти стратегію управління комерційною діяльністю на підприємстві;
- раціонально організувати комерційні операції і торгові процеси у сфері товарного обігу;
- організувати та впровадити найбільш ефективні форми та методи оптового та роздрібного продажу товарів, засоби стимулювання;
- ефективно формувати товарні запаси та управляти ними;
- розробляти програму активізації продажу товарів підприємствами роздрібною торгівлі;
- оцінювати, попереджувати та мінімізувати комерційний ризик;
- оцінювати ефективність комерційної діяльності торговельного підприємства з врахуванням забезпечення якості торговельного обслуговування;
- вишукувати резерви підвищення якості торговельного обслуговування.

**Предметом вивчення дисципліни** є процеси і методи планування, організації, контролю та оцінки ефективності комерційної діяльності.

## 2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

| <i>Загальні компетентності (ЗК)</i>   | <i>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</i>   |
|---|--|
| <b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної<br><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні<br><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.<br><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).   | <b>СК 5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.<br><b>СК 11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.<br><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. |
| <i>Програмні результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми (ПРН)</i>  |  |
| <b>ПРН 3.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.<br><b>ПРН4.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.<br><b>ПРН8.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.<br><b>ПРН 11.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.<br><b>ПРН 13.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. |  |

### Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Управління комерційною діяльністю» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: «Товарознавство непродовольчих товарів», «Товарознавство продовольчих товарів», «Експертиза товарів та послуг».

## Тематичний план дисципліни

|  |
|--|
| Тема 1. Комерційна діяльність як система   |
| Тема 2. Управління товарним асортиментом торговельного підприємства  |
| Тема 3. Управління оптовою закупівлею товарів торговельним підприємством                                     |
| Тема 4. Організація оптового продажу та товаропостачання торговельних підприємств                            |
| Тема 5. Управління роздрібним продажем товарів торговельним підприємством                                    |
| Тема 6. Організація клієнтоорієнтованої взаємодії учасників комерційної діяльності на ринку товарів і послуг |
| Тема 7. Інновації в комерційній діяльності   |
| Тема 8. Ефективність управління комерційною діяльністю торговельного підприємства                            |
| Тема 9. Управління комерційним ризиком   |
| Тема 10. Форми та методи досягнення комерційного успіху  |

### Рекомендована література та інформаційні ресурси

#### Нормативна література

1. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, затв. Постановою КМУ від 15.06.2006 р. №833// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
2. Правила продажу продовольчих товарів, затв. Наказом МЗЕЗ від 28.12.94р №237// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
3. Правила продажу непродовольчих товарів, затверджено наказом МЗЕЗ торгу від 27.05.96р №294// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
4. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями, затверджено наказом Мінекономіки від 19.04.07 N 103//[www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
5. Правила торгівлі на ринках, затв. Наказом МЗЕЗ торгу від 12.03.96 №157// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
6. Рекомендації щодо організації продажу товарів за зразками, затв. Наказом Мінекономіки від 20.07.00 №152// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
7. Рекомендації щодо роботи фірмового магазину, затв. Наказом Мінекономіки від 18.01.01 №12// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
8. Рекомендації щодо організації продажу товарів методом самообслуговування, затв. Наказом Мінекономіки №153 від 20.07.02// [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)

#### Основна література

9. Балджи М. Д. Торговельне підприємництво: навчальний посібник / М. Д. Балджи, Н. В. Доброва, М. М. Осипова. К. : Кондор, 2017. 112 с.
10. Виноградська А.М. Комерційна діяльність торговельного підприємства: Навчальний посібник. К.: КНТЕУ, 2005. 280с.
11. Комерційна діяльність: підручник / за ред. В.В. Апопій; С.Г. Бабенко; Я.А. Гончарук ; [та ін.]. 2-ге вид., перероб., доп. К. : Знання, 2008. 558 с.
12. Комерційна діяльність: підручник / за ред. П. Ю. Балабана. Харків: Світ книг, 2018. 452 с.

13. Ковальська Л. М., Кривовязюк І. В. Торгівля і підприємництво: навч. посібник. К.: Кондор, 2018. 620 с.

#### Допоміжна література

14. Антонюк Я.М., Шиндировський І. М. Комерційна діяльність: навч. Львів : Магнолія-2006, 2011. 332 с.

15. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: навч.посібник 2006. 780с.

16. Єрмошенко М. М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: навч. посіб. Нац. акад. управління. К : НАУ, 2006. 348 с.

17. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. Київ : КНТЕУ, 2010. 383с.

18. Мошек Г.Є. Менеджмент: навч. посіб. / Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканевич, ін. та ; за ред. Г.Є.Мошека. вид. 2-ге. Київ : Ліра-К, 2016. 550 с.

19. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник Львів : Вид-во ЛКА, 2015. 245 с.

20. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми : ВТД "Університетська книга", 2018. 572 с.

21. Торговельне підприємництво: підручник / Фролова Л.В., Бавико О.Є. Брагіна О.С. та ін., за ред. д. е. н., проф. Л. В. Фролової. Одеса, 2018. 640 с.

22. Филевич Л. Г. Комерційна діяльність : навч. посібник. Харків : ХДУХТ, 2014. 225 с.

23. Шимко О. В. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. Бізнес Інформ. 2015. №9. С. 212–217

24. Шимко О. В. Дослідження споживачів як інструмент підвищення ефективності функціонування споживчого ринку. Бізнес Інформ. 2016. №1. С. 321–326.

25. Шимко О. В. Формування асортиментної політики торговельного підприємства: маркетинговий підхід. Бізнес Інформ. 2016. №11. С. 408–413.

26. Шимко О. В. Імідж як інструмент досягнення конкурентних переваг торговельного підприємства. Бізнес Інформ. 2019. №1. С. 440–446.

27. Шимко О. В. Мерчандайзинг у системі управління торговельним підприємством. Бізнес Інформ. 2020. №1. С. 383–390.

28. Шимко О. В. Омнікальність як маркетинговий інструмент забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Бізнес Інформ. 2022. №1. С. 387–392.

#### Інформаційні ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ: URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>

2. Бізнес-портал: URL: <http://www.buziness.info>

3. Загальноекономічний глосарій : URL: // <http://www.ssu-ekonomika.net>

4. Законодавство України : URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>

5. Міністерство економіки України: URL: <http://www.me.gov.ua>

6. Роздрібні торговельні підприємства України: URL: <http://www.retail.ru/ua>

#### Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

### Види та методи навчання і оцінювання

| Код компетентності і (згідно ОПП) | Назва компетентності  | Код програмного результату навчання | Назва програмного результату навчання   | Методи навчання *                             | Методи оцінювання результатів навчання** |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|---|---|--|
| <b>ЗК6</b>                        | Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної   | <b>ПРН 3</b>                        | Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.   | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6<br>МН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
| <b>ЗК8</b>                        | Здатність проведення досліджень на відповідному рівні   | <b>ПРН 3.</b><br><br><b>ПРН4.</b>   | Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.<br>Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6<br>МН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
| <b>ЗК9</b>                        | Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.   | <b>ПРН8.</b>                        | Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.  | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6<br>МН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
| <b>ЗК12</b>                       | Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). | <b>ПРН 11.</b>                      | Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.   | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6<br>МН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
| <b>СК5</b>                        | Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.   | <b>ПРН4.</b>                        | Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.  | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6<br>МН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
| <b>СК11</b>                       | Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.  | <b>ПРН 3.</b>                       | Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.   | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6<br>МН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
| <b>СК13</b>                       | Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.                       | <b>ПРН 13.</b>                      | Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.   | МН1<br>МН2<br>МН3<br>МН4<br>МН5<br>МН6        | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |

\* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп’ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв’язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

\*\* МО1 – екзамен; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквиум; МО4 – тестування; МО5 – командні проєкти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

### Розподіл балів, які отримують студенти

| Поточне тестування та самостійна робота |    |    |    |    |                     |    |    |    |     | ІНДЗ | МК | Сума |
|---|----|----|----|----|---------------------|----|----|----|-----|------|----|------|
| Модуль 1                                |    |    |    |    |                     |    |    |    |     |      |    |      |
| Змістовний модуль 1                     |    |    |    |    | Змістовний модуль 2 |    |    |    |     |      |    |      |
| T1                                      | T2 | T3 | T4 | T5 | T6                  | T7 | T8 | T9 | T10 | 20   | 30 | 100  |
| 5                                       | 5  | 5  | 5  | 5  | 5                   | 5  | 5  | 5  | 5   |      |    |      |

### Критерії оцінювання рівня підготовки здобувачів

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

| Оцінка в балах | Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS | Рівень компетентності                 | Критерії оцінювання   |
|----------------|-------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---|
| 90-100         | зараховано                    | A                     | Високий (творчий)                     | Здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить джерела інформації, використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді  |
| 82-89          |                               | B                     | Достатній (конструктивно-варіативний) | Здобувач вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв’язує справи і задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна   |
| 74-81          |                               | C                     |                                       | Здобувач вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи на підтвердження власних думок |
| 67-73          |                               | D                     | Середній (репродуктивний)             | Здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих   |
| 60-66          |                               | E                     |                                       | Здобувач володіє матеріалом, вищому за початковий, значну частину його відтворює на продуктивному рівні   |

|       |   |    |  |  |
|-------|---|----|--|--|
| 35-59 | не<br>зараховано<br>з можливістю<br>повторного<br>складання                 | FX | Низький<br>(рецептивно-<br>продуктивний) | Здобувач володіє матеріалом на рівні окремих<br>фрагментів, що становить незначну частину<br>навчального матеріалу     |
| <35   | не<br>зараховано<br>з обов'язкови<br>м повторним<br>вивченням<br>дисципліни | F  |  | Здобувач володіє матеріалом на рівні<br>елементарного розпізнання і відтворення окремих<br>фактів, елементів, об'єктів |

#### **Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

#### **Політика доброчесності**

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.