

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ

Кафедра маркетингу на транспорті

**Робоча програма,
плани практичних занять, самостійної та
індивідуальної роботи,
завдання для контрольних робіт
і методичні вказівки до їх виконання
з дисципліни
*«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»***

Харків - 2013

Робочу програму розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри маркетингу на транспорті 21 листопада 2011 р., протокол № 5.

Предметом курсу є вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур із виробниками та споживачами товарів і послуг; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності торгових посередників.

Укладач

доц. В.О. Шведун

Рецензент

доц. О.Е. Наумова

Робоча програма,
плани практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи,
завдання для контрольних робіт
і методичні вказівки до їх виконання
з дисципліни
«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

Відповідальний за випуск Зоріна О.І.

Редактор Решетилова В.В.

Підписано до друку 01.12.11 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,0. Тираж 50. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейербаха, 7.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

Зміст

Вступ.....	4
1 Структура навчальної дисципліни «Комерційна діяльність підприємств».....	7
2 Програма навчальної дисципліни «Комерційна діяльність підприємств».....	7
3 Структура залікового кредиту навчальної дисципліни «Комерційна діяльність підприємств».....	11
4 Теми семінарських занять.....	12
5 Теми практичних занять.....	12
6 Методичні вказівки до виконання та оформлення контрольної роботи для студентів заочної форми навчання...	12
6.1 Загальні положення.....	12
6.2 Завдання для виконання контрольної роботи.....	13
7 Тематика рефератів з дисципліни «Комерційна діяльність підприємств».....	16
8 Система оцінювання знань студентів денної форми навчання.....	18
9 Питання для самоперевірки знань студентів.....	21
Список літератури.....	24
Додаток А. Зразок оформлення титульного аркуша контрольної роботи.....	29

ВСТУП

Торгівля – одна з найважливіших сфер життєзабезпечення населення. Вона є джерелом поточних грошових коштів, а, виходячи з цього, і фінансової стабільності держави.

Перехід до якісно нових ринкових умов господарювання сприяв появі нового типу торгівлі – оптової. Це одна з форм стосунків між постачальниками та покупцями товарів. У зв'язку з цим найбільшої актуальності набула діяльність підприємств, пов'язана з оптовою торгівлею та комерційним посередництвом з продажу різних товарів оптовим покупцям.

На вивчення дисципліни «Комерційна діяльність підприємства» навчальним планом відводиться 108 годин протягом одного семестру. Теми програмного матеріалу курсу вивчаються як в аудиторії (під керівництвом викладача), так і самостійно. Навчальним планом вивчення даної дисципліни визначено проведення лекцій, семінарських і практичних занять.

З урахуванням часу, що відведений навчальним планом, з кожної теми лекційних занять визначаються питання або окремі теми (особливо для заочної форми навчання) для самостійної роботи студента над засвоєнням матеріалу дисципліни. Навчальний матеріал, що вивчався під час самостійної роботи студентів, виноситься на поточний та підсумковий контроль.

Семінарські та практичні заняття проводяться з метою кращого засвоєння матеріалу, що був одержаний під час лекцій та самостійної роботи, а також забезпечення практичної спрямованості матеріалу, що вивчається.

Семінарські заняття покликані перш за все забезпечити розвиток творчого професійного мислення, пізнавальної мотивації і професійного використання знань в умовах навчання (наукова точність, вільне оперування поняттями, визначеннями, формулюваннями тощо).

У цьому зв'язку курс “Комерційна діяльність підприємств” набуває теоретичного та практичного значення, а його всебічне вивчення відіграє неабияку роль підготовці фахівців з маркетингу.

Головною метою практичних занять є формування у студентів умінь та навичок, необхідних фахівцям для виконання

виробничих функцій і вирішення типових завдань діяльності. Крім того, на практичних заняттях студенти не тільки оволодівають методикою вирішення типових завдань і набувають практичних навичок з їх вирішення, виявляючи та розвиваючи пізнавальні й творчі здібності, але й виховують у цьому процесі професійні та ділові якості особистості. Ефективне вирішення таких завдань забезпечує використання таких активних форм навчання, як ділові ігри, моделювання конкретних ситуацій, професійні тренінги.

Рівень знань, умінь та навичок, що одержані студентами при вивченні матеріалу курсу, оцінюється під час поточного і підсумкового контролю результатів якості навчання та професійної підготовки майбутніх фахівців.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Підсумковий контроль проводиться у кінці семестру у формі іспиту за умов виконання студентами навчального графіка.

З метою надання допомоги студентам в опануванні програмним матеріалом протягом семестру проводяться індивідуальні консультації.

Для успішного засвоєння матеріалу курсу студенти повинні чітко дотримуватися графіка занять, систематично працювати з літературою, що рекомендована, ретельно виконувати завдання, що виносяться на самостійну підготовку.

Метою курсу є надання знань про мету і зміст діяльності торгових посередників.

Предмет курсу – вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур із виробниками та споживачами товарів і послуг; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності торгових посередників.

Вивчення дисципліни «Комерційна діяльність підприємств» базується на знаннях з таких дисциплін, як «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку».

Основні завдання курсу:

- ознайомлення з основними типами комерційно-посередницьких підприємств;

- вивчення основних напрямків діяльності комерційно-посередницьких підприємств;
- набуття вмінь аналізу ефективності комерційної діяльності підприємств.

У результаті вивчення дисципліни «Комерційна діяльність підприємств» студент повинен:

знати:

- сутність комерційної діяльності підприємств та їх цілі;
- основні види комерційно-посередницьких підприємств;
- методи організації закупівель та продажу продукції;
- методи ціноутворення в комерційній діяльності;

вміти:

- прогнозувати попит на товари;
- планувати витрати комерційно-посередницьких підприємств;
- формувати попит на товари;
- складати угоди;
- організовувати розрахунки;
- оцінювати показники діяльності комерційно-посередницьких підприємств.

Дана робота містить робочу програму навчальної дисципліни «Комерційна діяльність підприємства» для студентів, які навчаються на факультеті економіки транспорту, завдання до контрольної роботи та методичні вказівки щодо її виконання, критерії оцінювання знань студентів, контрольні запитання для самоперевірки знань і підготовки до іспиту, а також список рекомендованої літератури.

1 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

<p>Кількість кредитів ECTS <u>4</u></p> <p>Модулів <u>2</u></p> <p>Змістових модулів <u>2</u></p> <p>Загальна кількість годин <u>135</u></p> <p>Тижневих годин: <u>51</u></p> <p>Теорія: <u>2</u></p> <p>Семінари та практичні заняття: <u>1</u></p>	<p>Напрямок: 0305 «Економіка підприємництва» Спеціальність 7.030507 «Маркетинг». Освітньо-кваліфікаційний рівень: спеціаліст</p>	<p>Нормативний 9 семестр Лекції <u>34</u> (теоретична підготовка) Семінарські <u>5</u></p> <p>Практичні <u>12</u> Самостійна робота <u>84</u></p> <p>Вид контролю іспит</p> <p>Заочна форма навчання 11 семестр Лекції <u>8</u> Практичні <u>4</u> Самостійна робота <u>123</u></p> <p>Вид контролю іспит</p>
---	--	---

2 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

МОДУЛЬ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕМА 1. Ринок і комерційна діяльність підприємств

Предмет курсу. Поняття комерційної діяльності. Поняття посередницької діяльності та її зв'язок із комерційною діяльністю. Види комерційної діяльності. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності. Зв'язок комерційно-посередницької діяльності з іншими науками. Принципи комерційно-посередницької діяльності. Функції комерційно-посередницької діяльності. Структура комерційної діяльності у взаємозв'язку із зовнішнім середовищем. Комерційна діяльність як система. Ринок як одна з найбільш важливих категорій комерційно-посередницької діяльності.

ТЕМА 2. Кон'юнктура дослідження ринків підприємствами

Типи ринкових господарських зв'язків. Типи ринків. Поняття товару та основи класифікації товарних груп. Поняття товарного ринку та показники його дослідження. Можливості товарного ринку та його основні ознаки. Особливості розвитку вітчизняного ринку товарів. Типи товарних ринків. Дослідження ринку товарів. Умови переходу до ринкового господарювання в Україні.

ТЕМА 3. Формування попиту споживачів на продукцію та послуги

Класифікація потреб суспільства. Роль реклами на товарному ринку. Фірмовий стиль та інтер'єр магазину. Рекламно-інформаційне оформлення магазину. Розміщення та викладка товарів у торговому залі. Методи прогнозування попиту.

ТЕМА 4. Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування

Види угод, що використовуються в торгівлі. Порядок укладання, зміни та розірвання угод. Відповідальність сторін за порушення умов угоди. Значення та функції транспорту в системі руху товарів. Характеристика основних видів транспортних засобів. Організація перевезення вантажу автомобільним транспортом. Організація перевезень вантажу залізничним транспортом.

ТЕМА 5. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг

Сутність та значення закупівельної роботи. Порядок укладання угоди поставки та його зміст. Організація закупівлі товарів на оптових ярмарках. Комерційна робота з продажу товарів на підприємствах оптової торгівлі. Організація продажу на товарних біржах. Організація торгівлі на аукціонах. Організація продажу товарів на оптових ринках. Організація продажу товарів у магазинах кеш-енд-керрі. Сутність та особливості комерційної роботи на підприємствах роздрібною торгівлі. Правила роботи підприємств роздрібною торгівлі. Організація та технологія роздрібного продажу товарів. Організація розрахунків із покупцями. Послуги роздрібною торгівлі. Позамагазинні форми продажу товарів.

МОДУЛЬ 2

ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕМА 1. Матеріально-технічна база комерційної діяльності підприємств

Тара і тарні операції в торгівлі. Товарні склади. Технологія складських операцій. Будова та основи технологічного планування магазинів. Організація приймання товарів у магазині. Зберігання та підготовка товарів до продажу. Організація капітального будівництва та ремонту підприємств торгівлі. Транспортно-експедиційні операції.

ТЕМА 2. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня підприємств

Система показників аналізу ефективності комерційної діяльності торгового підприємства. Оцінка показників витрат обігу. Оцінка ефективності комерційних угод. Державне регулювання комерційної діяльності.

ТЕМА 3. Обігові кошти комерційної діяльності й організація розрахунків

Принципи здійснення платежів. Розрахунки банківськими переказами. Інкасова форма розрахунків. Акредитивна форма розрахунків. Розрахунки при розстроченнях платежу. Банківські гарантії. Валютні застереження. Документи, що використовуються при розрахунках: платіжні рахунки, товаророзпорядчі, товаросупроводжуючі, транспортні. Уніфікація документів.

ТЕМА 4. Планування витрат комерційної діяльності

Структура та зміст бізнес-плану торговельного підприємства. Аналіз балансу та планування руху грошових коштів. Основні показники витрат обігу та номенклатура їх статей.

ТЕМА 5. Ціноутворення в комерційній діяльності підприємств

Форми і ланки оптової торгівлі. Оптова надбавка. Торгова надбавка. Ціноутворення із знижками за великий обсяг товару, що купується.

ТЕМА 6. Напрямки розвитку і вдосконалення комерційної діяльності підприємств

Історія розвитку вітчизняної комерційної діяльності. Роль і завдання комерційної роботи на сучасному етапі. Тенденції розвитку комерційної діяльності в Україні та за кордоном.

3 СТРУКТУРА ЗАЛКОВОГО КРЕДИТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

Складові залікового кредиту I	Кількість годин, відведених на			
	аудиторну роботу			самостійн у роботу
	лекції	практич	семінар	
Модуль 1. Основи комерційної діяльності підприємств				
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комерційної діяльності підприємств	18	6	1	25
Змістовий модуль 2. Практичні основи комерційної діяльності підприємств	16	6	4	26
Усього по модулю 1	34	12	5	51
Загальна кількість годин	34	12	5	51

4 ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

- 1 Історія вітчизняної комерційної діяльності – 1 год.
- 2 Комерційний та торговий секрет – 2 год.
- 3 Форми розрахунків у комерційній діяльності підприємств – 2 год.

5 ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

- 1 Побудова прогнозу обсягів продажу продукції підприємства – 2 год.
- 2 Складання комерційних угод – 2 год.
- 3 Оптимізація транспортних витрат в комерційній діяльності – 2 год.
- 4 Методика вибору постачальників у комерційній діяльності – 2 год.
- 5 Показники якості комерційної діяльності підприємств – 2 год.
- 6 Оптимізація витрат на комерційну діяльність – 2 год.

6 МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

6.1 Загальні положення

Написання контрольної роботи є однією з форм поточного контролю рівня знань студентів заочного відділення. Контрольна робота виконується з метою перевірки якості засвоєння матеріалу, що вивчався самостійно, а також формування навичок практичної роботи.

Домашня контрольна робота виконується студентом після самостійного вивчення програмного матеріалу дисципліни. У контрольній роботі необхідно розкрити зміст питань з використанням рекомендованої літератури, інших інформаційних джерел та **прикладів на основі фактичного матеріалу за місцем роботи студента.**

Контрольна робота має бути написана на аркушах формату А4 чітким, розбірливим почерком або виконана з використанням

текстового редактора WORD (шрифт Times New Roman, 14 пт, інтервал 1,5).

Титульний аркуш контрольної роботи містить номер академічної групи, прізвище та ініціали студента, а також тему контрольної роботи (додаток А). На наступному аркуші слід указати зміст питань, що розглядаються. Далі слід розмістити виклад основного матеріалу. Відповідь повинна бути конкретною, логічно побудованою, грамотною. Неприпустиме механічне дослівне використання літературних джерел. На всі цитати та фактичні матеріали повинні бути зроблені посилання. У кінці роботи обов'язково слід навести повний перелік використаних джерел.

Посилання на літературні джерела, офіційні матеріали або нормативно-правові документи треба давати в тексті після фрази в квадратних дужках, де слід указати номер джерела за списком літератури у кінці роботи.

Усі сторінки контрольної роботи мають наскрізну нумерацію, починаючи із титульного аркуша. На титульному аркуші та на змісті номери аркуша не ставляться.

Номер теми контрольної роботи визначається **порядковим номером студента в академічному журналі** або за вказівкою викладача.

Студент може виконувати роботу за своєю темою (за узгодженням з викладачем), якщо вона стосується умов діяльності студента або його наукових чи практичних інтересів.

6.2 Завдання для виконання контрольної роботи

- 1 Поняття та сутність комерційної діяльності.
- 2 Історія вітчизняної комерційної діяльності.
- 3 Поняття посередницької діяльності та її зв'язок із комерційною діяльністю.
- 4 Види комерційної діяльності.
- 5 Суб'єкти комерційної діяльності.
- 6 Зв'язок комерційної діяльності з комерційним правом.
- 7 Зв'язок комерційної діяльності з менеджментом.
- 8 Зв'язок комерційної діяльності з маркетингом.

9 Зв'язок комерційної діяльності з інформатикою та інформаційними системами.

10 Зв'язок комерційної діяльності з фінансовою політикою.

11 Цілі комерційної діяльності.

12 Фактори, що впливають на розвиток комерційної діяльності.

13 Функції комерційної діяльності.

14 Принципи комерційної діяльності.

15 Комерційна діяльність як система.

16 Базис комерційної діяльності.

17 Ринок товарів як сфера комерційно-посередницької діяльності.

18 Поняття комерційної інформації та її роль у комерційно-посередницькій діяльності.

19 Комерційна таємниця та форми її прояву.

20 Засоби захисту комерційної таємниці.

21 Законодавче забезпечення захисту комерційної таємниці.

22 Види договорів, що застосовуються у комерційній діяльності.

23 Порядок висновку, розірвання і зміни договорів.

24 Організація розрахунків у комерційній діяльності.

25 Розрахунки банківськими переказами.

26 Інкасова форма розрахунків.

27 Акредитивна форма розрахунків.

28 Розрахунки чеками.

29 Розрахунки при розстроченнях платежу.

30 Використання рахунків при розрахунках у комерційній діяльності.

31 Використання товаророзпорядчих документів при розрахунках у комерційній діяльності.

32 Використання транспортних документів при розрахунках у комерційній діяльності.

33 Принципи керування комерційно-посередницькою діяльністю підприємства.

34 Методи керування комерційними процесами.

35 Адаптація комерсанта в сучасних умовах та її види.

36 Завдання комерсанта в сучасних умовах.

37 Особистісні вимоги до комерційного працівника.

- 38 Професійні вимоги до комерційного працівника.
- 39 Схема ведення ділових переговорів у комерційно-посередницькій діяльності.
- 40 Ділові листи в комерційній роботі.
- 41 Комерційний ризик і способи його зменшення.
- 42 Оптове торгове підприємство та його основні ознаки.
- 43 Сутність сучасної оптової торгівлі.
- 44 Організаційні форми оптової діяльності.
- 45 Види оптових підприємств і їхня коротка характеристика.
- 46 Стратегічні питання діяльності оптових торгових підприємств у сучасних умовах господарювання.
- 47 Основні джерела здійснення комерційної діяльності торгового підприємства.
- 48 Особливості комерційної діяльності в оптовій торгівлі.
- 49 Комерційно-посередницькі фірми.
- 50 Завдання і функції комерційно-посередницьких фірм.
- 51 Види комерційно-посередницьких фірм і їхні особливості.
- 52 Організаційна структура комерційно-посередницьких фірм.
- 53 Оптові магазини.
- 54 Види оптових магазинів.
- 55 Основи типізації та планування оптових магазинів.
- 56 Організація роботи оптових магазинів.
- 57 Особливості оптових продовольчих ринків і їх функції.
- 58 Система організованих оптових продовольчих ринків.
- 59 Організація роботи оптових продовольчих ринків.
- 60 Сутність і відмітні ознаки торгових будинків як особливої форми комерційно-посередницької діяльності.
- 61 Класифікація торгових будинків.
- 62 Організаційна структура торгового будинку.
- 63 Маркетингова діяльність торгових будинків.
- 64 Поняття та сутність лізингу.
- 65 Основні види лізингу.
- 66 Правові аспекти лізингу.
- 67 Порядок висновку і зміни договорів лізингу.
- 68 Товарна біржа і принципи її діяльності.
- 69 Цілі і функції товарної біржі.

- 70 Типи товарних бірж.
- 71 Суб'єкти товарних бірж.
- 72 Біржовий товар і котирувальна ціна.
- 73 Фондова біржа та принципи її діяльності.
- 74 Управління фондовою біржею.
- 75 Учасники угод на фондовій біржі.
- 76 Оформлення угод на фондовій біржі.
- 77 Поняття і сутність оптової ярмарки.
- 78 Особливості організації ярмаркової торгівлі.
- 79 Види ярмарок.
- 80 Оптові виставки і їхні цілі.
- 81 Проведення маркетингових досліджень на оптових виставках.
- 82 Аукціонна форма оптової торгівлі.
- 83 Аукціонні торги й особливості їх проведення.
- 84 Організаційна побудова аукціону як комерційної організації.
- 85 Види аукціонів.
- 86 Основні напрямки державного регулювання комерційної діяльності.
- 87 Показники ефективності комерційної діяльності торгового підприємства.
- 88 Модель формування стратегії комерційної діяльності торгового підприємства.
- 89 Модель процесу організації комерційної діяльності в торговому підприємстві.
- 90 Модель формування конкурентної стратегії торгового підприємства на ринку товарів.

7 ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

- 1 Необхідність моделювання комерційної діяльності посередницьких підприємств.
- 2 Модель формування стратегії комерційної діяльності торгового підприємства.
- 3 Модель процесу організації комерційної діяльності у торговому підприємстві.

4 Модель формування конкурентної стратегії торгового підприємства на ринку товарів.

5 Прогнозування попиту за принципом «може трапитись усе, що завгодно».

6 Прогнозування попиту за принципом «славетне минуле».

7 Прогнозування попиту за принципом «крізь шори».

8 Прогнозування попиту за принципом «рішучих дій».

9 Прогнозування попиту за принципом «за допомогою «генія».

10 Договір купівлі – продажу.

11 Договір роздрібною купівлі – продажу.

12 Договір поставки.

13 Договір складського зберігання.

14 Договір комісії.

15 Договір консигнації.

16 Трудовий договір.

17 Організація роботи комерційно-посередницької фірми.

18 Типологія та комерційна діяльність торгових будинків.

19 Особливості реалізації товарів за принципом «Rack Jobber».

20 Відмінність сітьового маркетингу від фінансових пірамід.

21 Типологія та особливості функціонування автомагазинів.

22 Віртуальні магазини.

23 Платіжні доручення.

24 Платіжні вимоги – доручення.

25 Типи векселів.

26 Розрахунки за чеками.

27 Розрахунки за взаємними зарахуваннями.

28 Методика аналізу балансу підприємства.

29 Методика аналізу руху грошових коштів підприємства.

30 Особливості комерційної діяльності посередницьких підприємств у будь – якій країні.

31 Засоби управління персоналом торгового підприємства.

32 Особисті і професійні вимоги до комерційного робітника.

33 Етикет підприємця – комерсанта.

34 Ділові листи в комерційній роботі.

35 Комерційний ризик та засоби його зменшення.

8 СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Усне опитування, поточне тестування, оцінювання рівня підготовки до практичних і семінарських занять, рівень виконання індивідуальних завдань та завдань із самостійної роботи.

Згідно з Положенням про впровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу (тимчасовим) в УкрДАЗТ використовується 100-бальна шкала оцінювання.

Принцип формування оцінки за модуль у складі залікового кредиту 1 за 100-бальною шкалою показано у таблиці, де наведена максимальна кількість балів, яку може набрати студент за різними видами навчального навантаження.

Максимальна кількість балів за модуль						
Поточне тестування		Практич-ні заняття	Семінар-ські заняття	Відвідуванн-я лекцій	Самостійн-а робота	Сума балів за модуль
Зміст. модуль 1	Зміст. модуль 2					
	Зміст. модуль 3					
До 23	До 10 До 13	До 20	До 20	До 17	До 20	До 100

Поточне тестування оцінює рівень засвоєння матеріалу трьох змістових модулів, які входять до складу відповідного модуля. Максимальна кількість балів складає 23.

Практичні завдання оцінюються залежно від рівня та якості виконання їх студентом. Кожне практичне завдання оцінюється за трьома рівнями:

- «відмінно» – 3 бали;
- «добре» – 2 бали;
- «задовільно» – 1 бал.

За нестандартні рішення та творчий підхід при виконанні практичних завдань викладач може додати до 8 балів. Максимальна сума, яку може набрати студент, – 20 балів.

Семінарське заняття оцінюються за трьома рівнями:

- «відмінно» – 3 бали;
- «добре» – 2 бали;
- «задовільно» – 1 бал.

За високу якість підготовлених матеріалів та за активність під час заняття викладач може додати додатково по 2 бали за заняття. Максимальна сума, яку може набрати студент, – 20 балів.

За складову «відвідування лекцій» бали нараховуються виходячи з розрахунку 1 бал за 1 лекцію. Максимальна сума становить 17 балів.

У складовій «Самостійна робота» оцінюється рівень засвоєння студентом розділів і питань курсу, які визначені для самостійного вивчення. Оцінювання проводиться шляхом тестування та опитування студентів. Максимальна кількість балів складає 20.

До перелічених складових модульної оцінки можуть нараховуватися додаткові бали за участь студента у науковій роботі, підготовку публікацій чи робіт на конкурси, участь в олімпіадах.

Кількість додаткових балів визначається на розсуд викладача, але у сумі не більш 100 балів разом із переліченими складовими модульної оцінки. Обґрунтованість нарахування студенту додаткових балів розглядається на засіданні кафедри та оформлюється відповідним протоколом.

Отримана таким чином сума балів повідомляється студентам перед проведенням модульного контролю. Студентам, які набрали від 60 до 100 балів і згодні з цією сумою, відповідна оцінка за модуль проставляється у заліково-екзаменаційну відомість.

За незгоди студента з отриманою сумою балів або якщо вона складає менше 60 балів, її можна покращити за рахунок участі студента у процедурі модульного контролю.

Кількість балів, яка може бути отримана за результатом модульного контролю, дає студенту можливість для підвищення оцінки поточного контролю на один ступінь за державною шкалою:

- з «4» (75-89 балів) на «5» (90-100 балів);
- з «3» (60-74 бали) на «4» (75-89 балів);

- з «2» (35-59 балів) на «3» (60-74 балів).

Таким чином, максимальна кількість балів модульного контролю коливається у межах від 10 до 25 балів залежно від конкретного випадку.

Залікова оцінка визначається як середнє арифметичне оцінок двох модулів залікового кредиту.

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента оцінка, що виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до державної шкали (5,4,3) та шкали ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).

Визначення назви за державною оцінкою	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
Відмінно – 5	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
Добре – 4	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре – у загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
Задовільно – 3	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
Незадовільно – 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або екзамен (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота перед тим, як отримати залік або екзамен (повторне вивчення модуля)	< 35	F

9 ПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

- 1 Поняття та сутність комерційної діяльності, її цілі та функції.
- 2 Історія вітчизняної комерційної діяльності.

- 3 Види комерційної діяльності. Суб'єкти комерційної діяльності.
- 4 Принципи комерційної діяльності.
- 5 Інфраструктура комерційної діяльності.
- 6 Поняття посередницької діяльності та її зв'язок із комерційною діяльністю.
- 7 Зв'язок комерційної діяльності з іншими науками.
- 8 Фактори, що впливають на розвиток комерційної діяльності.
- 9 Комерційна діяльність як система.
- 10 Базис комерційної діяльності.
- 11 Ринок товарів як сфера комерційно-посередницької діяльності.
- 12 Сутність оптової торгівлі. Послуги, що надаються оптовою торгівлею.
- 13 Види оптової торгівлі.
- 14 Форми і ланки оптової торгівлі.
- 15 Класифікація оптових підприємств.
- 16 Організаційна структура торгового підприємства.
- 17 Схема аналізу та оцінки ефективності комерційної діяльності торгового підприємства.
- 18 Показники економічної ефективності комерційної діяльності торгового підприємства.
- 19 Показники економічного ефекту комерційної діяльності торгових підприємств.
- 20 Принципи керування комерційно-посередницькою діяльністю підприємства.
- 21 Методи керування комерційною діяльністю.
- 22 Демократичний стиль керування персоналом торгового підприємства.
- 23 Директивний стиль керування персоналом торгового підприємства.
- 24 Митне державне регулювання комерційної діяльності.
- 25 Нетарифні методи державного регулювання комерційної діяльності.
- 26 Валютний контроль як метод державного регулювання комерційної діяльності.
- 27 Модель формування стратегії комерційної діяльності торгового підприємства.

- 28 Модель процесу організації комерційної діяльності в торговому підприємстві.
- 29 Модель формування конкурентної стратегії торгового підприємства на ринку товарів.
- 30 Види угод, що застосовуються у комерційній діяльності.
- 31 Порядок укладання, розірвання та зміни угод у комерційній діяльності.
- 32 Використання товаророзпорядчих документів при розрахунках у комерційній діяльності.
- 33 Використання транспортних документів при розрахунках у комерційній діяльності.
- 34 Комерційний ризик і засоби його зменшення.
- 35 Поняття комерційної інформації та її роль у комерційно-посередницькій діяльності.
- 36 Інформація, що може та не може бути комерційною таємницею.
- 37 Засоби захисту комерційної таємниці.
- 38 Законодавче забезпечення захисту комерційної таємниці.
- 39 Комерційний секрет.
- 40 Сутність та ознаки торгових будинків як особливої форми комерційно-посередницької діяльності.
- 41 Класифікація торгових будинків.
- 42 Організаційна структура торгового будинку.
- 43 Маркетингова діяльність торгових будинків.
- 44 Поняття та сутність лізингу.
- 45 Основні види лізингу.
- 46 Правові аспекти лізингу.
- 47 Порядок укладання та зміни договорів лізингу.
- 48 Завдання комерсанта в сучасних умовах.
- 49 Адаптація комерсанта в сучасних умовах та її види.
- 50 Особисті вимоги до комерційного працівника.
- 51 Професійні вимоги до комерційного працівника.
- 52 Схема ведення ділових переговорів у комерційно-посередницькій діяльності.
- 53 Ділові листи в комерційній роботі.
- 54 Товарна біржа та принципи її діяльності, цілі і функції товарної біржі.

- 55 Типи товарних бірж. Посередники, які працюють на товарних біржах.
- 56 Класифікація угод на товарних біржах.
- 57 Біржовий товар і котирувальна ціна.
- 58 Фондова біржа та принципи її діяльності.
- 59 Класифікація фондових ринків та їх суб'єкти.
- 60 Учасники угод на фондовій біржі.
- 61 Оформлення угод на фондовій біржі.
- 62 Валютні біржі та їх функції.
- 63 Порядок здійснення операцій на валютній біржі.
- 64 Особливості оптових продовольчих ринків та їх функції.
- 65 Оптові продовольчі ринки, їх сутність та функції.
- 66 Організація роботи оптових продовольчих ринків.
- 67 Система оптових продовольчих ринків та її функції.
- 68 Поняття і сутність оптової ярмарки.
- 69 Організація ярмаркової торгівлі.
- 70 Види ярмарок.
- 71 Оптові виставки та їх цілі.
- 72 Проведення маркетингових досліджень на оптових виставках.
- 73 Комерційно-посередницькі фірми.
- 74 Завдання і функції комерційно-посередницьких фірм.
- 75 Види комерційно-посередницьких фірм та їх особливості.
- 76 Організаційна структура комерційно-посередницьких фірм.
- 77 Аукціонна форма оптової торгівлі.
- 78 Види аукціонів.
- 79 Особливості проведення аукціонних торгів.
- 80 Організаційна побудова аукціону як комерційної організації.
- 81 Оптові магазини.
- 82 Види оптових магазинів.
- 83 Організація роботи оптових магазинів.
- 84 Організація розрахунків у комерційній діяльності.
- 85 Розрахунки банківськими переказами.
- 86 Інкасова форма розрахунків.
- 87 Акредитивна форма розрахунків.
- 88 Розрахунки чеками.
- 89 Розрахунки при розстроченнях платежу.
- 90 Використання рахунків при розрахунках у комерційній діяльності.

Список літератури

Основна

1 Абчук В.А. Коммерция: Учебник/ Европ. ин-т экспертов. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2000. – 474 с.

2 Егоров В.Ф. Организация торговли: Учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 352 с.

3 Коммерческая деятельность предприятия: Стратегия. Организация. Управление / В.К. Козлов, С.А. Уваров, Н.В. Яковлев и др.; Под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. – СПб.: Политехника, 2000. – 321 с.

4 Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке: Учеб. пособие / Зырянов А.В., Сарабская А.В.; Урал. гос. экон. ун-т, Шк. упр., бизнеса и коммерции «Комби». – Екатеринбург: РИФ Солярис», 1995. – 403 с.

5 Манько А.В. Коммерция: Учеб. - метод. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 252 с.

6 Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: Учеб. для студентов спец. учеб. заведений. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. – 450 с.

7 Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности: Учеб. для студентов учреждений среднего профессионального образования. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005. – 448 с.

8 Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учеб. для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 580 с.

9 Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учеб. для вузов по спец. «Коммерция», «Маркетинг», «Товароведение и экспертиза товаров», «Юриспуденция» со специализацией «Коммерческое право» и по направлению «Коммерция» – М.: Инфра – М, 2003. – 240 с.

10 Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Юристъ, 1998. – 659 с.

Додаткова

- 11 Баранов В.Т. Муниципальные облигации. Выпуск и размещение. — М.: Русская Деловая Литература, 1997.
- 12 Баранов Э.А., Хмьи О.В. Рынки: валютные и ценных бумаг. — М.: Экзамен, 2001.
- 13 Бердникова Т. Б. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: Учеб. пособие. - М.: Инфра-М, 2000.
- 14 Биржевое дело: Учебник / Под ред. В.А. Галанова, А.И. Басова. — М.: Финансы и статистика, 2001.
- 15 Булатов В.В. Фондовый рынок в структурной перестройке экономики. — М.: Наука, 2002.
- 16 Буренин А.Я. Рынки производных финансовых инструментов. — М.: Инфра-М, 1996.
- 17 Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навч. посібник. — К.: КНТЕУ, 2003. — 382 с.
- 18 Виноградська А.М., Шкапова О.М. Стратегія розвитку роздрібної торгівлі // Ділова панорама. — 2001. — № 3-4.
- 19 Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Менеджмент в організації: Навч. посібник для студ. екон. спец, вузів. — 2-ге вид., перероб. і допов. — К.: Кондор, 2002. — 654 с.
- 20 Владиславлев Д.И. Конкуренция и монополия на фондовом рынке. — М.: Экзамен, 2001.
- 21 Дашков Л.П., Бризгалін А.В. Комерційний договір: від укладання до виконання. — К.: МПП "Капрал", 1998. — 172 с.
- 22 Голицын Ю.П. Фондовый рынок дореволюционной России. Очерки истории. — М.: ФИЛ «Деловой экспресс», 1998.
- 23 Данилов Ю. А. Рынки государственного долга: Мировые тенденции и российская практика. – М.: ГУ ВШЭ, 2002.
- 24 Дегтярева О.И., Кандинская О.А. Биржевое дело. — М.: ЮНИТИ, 2000.
- 25 Едророва В.Н. Учет и анализ финансовых активов: акции, облигации, векселя. - М.: Финансы и статистика, 1995.
- 26 Жваколюк Ю. Внутрідневна торгівля на ринку ФОРЕКС. — СПб.: Питер, 2001.
- 27 Закорьян И., Филатов И. Интернет как инструмент для финансовых инвестиций. — СПб.: БХВ-Санкт-Петербург, 1999.

- 28 Захожай В.Б., Шепітко Г.Ф Статистика маркетингу / За заг. ред. В. Б. Захожая. — К.: МАУП, 2001. — 64 с.
- 29 Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка. — М.: ПРИОР, 2001. — 256 с.
- 30 Иващенко А.А. Товарная биржа. — М.: Международные отношения, 1991.
- 31 Игнатущенко В.Н., Шитов А.М. Государственные облигации: как вкладывать деньги и получать доход. — М.: Инфра-М, 1996.
- 32 Инфраструктура товарного рынка / За ред. І.В. Сороки. — К.: НМУВО МОіН України; НВФ “Студцентр”, 2002.
- 33 Каратиев А. Г. Ценные бумаги: виды и разновидности: Учеб. пособие. — М.: Русская деловая литература, 1997.
- 34 Килячков А.А., Чалдаева Л.А. Рынок ценных бумаг и биржевое дело. — М.: Юристъ, 2001.
- 35 Килячков А.А., Чалдаева Л.А. Практикум по российскому рынку ценных бумаг. — М.: Изд-во БЕК, 1997.
- 36 Колб Р.У. Финансовые деривативы: Учебник / Перевод с англ. — 2-е изд. — М.: Информационно-издательский дом, 1997.
- 37 Колтынюк Б.А. Ценные бумаги: Учебник. Второе издание. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001.
- 38 Колтынюк Б.А. Рынок ценных бумаг: Учебник. — 2-е изд. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001.
- 39 Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке: Учеб. пособие / Под ред. А.В. Зырянова. — Екатеринбург: РНФ "Солярис", 1995. — 416 с.
- 40 Кузнецов М.В., Овчинников А.С. Технический анализ рынка ценных бумаг. — М.: Инфра-М, 1996.
- 41 Леви М., Бейте Б.А. Основы розничной торговли / Пер. с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. — СПб.: Питер, 1999. — 448 с.
- 42 Мазаракі А.А, Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: Підруч. для вузів / За ред. проф. Н.М. Ушакової. — К.: Хрещатик, 1999. — 800 с.
- 43 Маркин Я.М. Рынок ценных бумаг России: воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития. - М.: Алышна Паблшер, 2002.

- 44 Масленников В.В. Биржевая деятельность: Учеб. пособие. — М.: Инфра-М, 2000.
- 45 Матросов С.В. Европейский фондовый рынок. — М.: Экзамен, 2002.
- 46 Мендрул О.Г., Павленко І.А. Фондовый рынок, операції з цінними паперами: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000.
- 47 Миловидов В.Д. Паевые инвестиционные фонды. — М.: Анкил: Инфра-М, 1996.
- 48 Миркин Я.М. Ценные бумаги и фондовый рынок. — М.: Перспектива, 1995.
- 49 Митин Б.М. Ценные бумаги: налоги, учет, правовое регулирование. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Современная экономика и право, 2001.
- 50 Наймам Э.Д. Малая энциклопедия трейдера. — К.: Альфа Капитал: Логос, 1999.
- 51 Неруш Ю.М. Логистика: Учеб. для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 389 с.
- 52 Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 623 с.
- 53 Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник. — 2-е изд. — М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998. — 320 с.
- 54 Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник. — М.: ИВЦ "Маркетинг", 2000. — 580 с.
- 55 Пилипенко І.І., Жук О.П. Цінні папери в Україні. — К.: Статистика, 2001.
- 56 Практикум по курсу «Ценные бумаги»: Учеб. пособие / Под ред. В.И. Колесникова, В.С. Торкановского. — М.: Финансы и статистика, 2000.
- 57 Рубцов Б.Б. Мировые фондовые рынки: инструменты, современное состояние и закономерности развития. — М.: ФА при Правительстве РФ, 2000.
- 58 Рынок ценных бумаг / Н.Т. Клещев, А.А. Федулов, В.А. Симонов и др.; Под. ред. Н.Т. Клещева. — М.: ОАО «Изд-во "Экономика"», 1997.

59 Рынок ценных бумаг: Учебник / Под ред. В.А. Галанова, А.И. Басова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2001.

60 Рынок ценных бумаг: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

61 Сергеев В.И. Менеджмент в бизнес-логистике. — М.: Информ.-издат. дом "ФИЛИНЪ", 1997. — 772 с.

62 Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. — М.: Юристъ, 1998. — 659 с.

63 Сорос Дж. Алхимия финансов — М.: Инфра-М, 1996.

64 Статистика: Підручник / За ред. С.С. Герасименка, А.В. Головача, А.М. Єріна. — К.: Вид-во КНЕУ, 1998.

65 Суворов С.Г. Азбука валютного дилинга. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1998.

66 Таранков В.И. Ценные бумаги Государства Российского. — М.: Тольятти, 1992.

67 Тьюлз Р., Брэдли Э., Тьюлз Т. Фондовый рынок / Пер. с англ. — М.: Инфра-М, 1997.

68 Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. — Ростов н/Д: Феникс, 2000. — 512 с.

69 Фельдман А.Б. Производные финансовые и товарные инструменты: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2003.

70 Ценные бумаги: Учебник / Под ред. В.И. Колесникова, В.С. Торкановского. — М.: Финансы и статистика, 2002.

71 Чернецкая Г.Ф. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: Практикум / ТГУ. — М.: Инфра-М, 2001.

72 Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. Инвестиции / Пер. с англ. — М.: Инфра-М, 1997.

73 Шкапова О.М. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник — К.: МАУП, 2003. — 160 с.

74 Шкапова О.М. Маркетинг послуг: Навч. посібник. — К.: Кондор, 2003. — 204 с.

75 Янукян М.Г. Рынок ценных бумаг: перспективы развития. — Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2002.

Додаток А

