

**Силабус навчальної дисципліни
«Економіка комерційної діяльності»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 4

Семестр: 8

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Малирчук Наталія Миколаївна Посада: викладач-стажист кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: maliarchuk.n@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	3/90
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (18 год.), практичні (18 год.), самостійна робота (54 год.) Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (78 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Академічна доброчесність передбачає виконання і дотримання положень й понять передбачених ст. 42 «Академічна доброчесність» ЗУ «Про освіту» та відповідних вимог ЗУ «Про вищу освіту». Зокрема відповідно п.2 ч.3 ст.32 ЗУ «Про вищу освіту» керуємося Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, затвердженого на засіданні вченої ради університету протоколом №4 від 28.11.2017 (URL: https://udpu.edu.ua/documents/doc/Якість_освіти/Академічна_доброчесність/Кодекс_академічної_доброчесності/Кодекс_академічної_доброчесності.pdf). Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Пізнання основ комерційної діяльності як науки, її предмету, методів та функцій; аналіз закономірностей розвитку ринкової економіки як основи функціонування різних сучасних господарських систем; характеристика основних рис та особливостей розвитку комерційної діяльності суб'єктів господарювання; розкриття закономірностей суспільного відтворення, економічного зростання та циклічних коливань в економіці; сучасні процеси господарчих зв'язків та шляхи вирішення проблем в області комерції.
Чому це треба вивчати?	Формування майбутніми фахівцями глибоких знань з основ комерційної діяльності та формування у них економічного мислення, адекватного ринковим відносинам, формування навичок аналізувати реальні економічні процеси і приймати обґрунтовані рішення з приводу економічних проблем, пов'язаних з практичною діяльністю в області комерції.
Яких результатів можна досягнути?	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

	<p>Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.</p>
Як можна використати набуті знання та уміння?	
Зміст дисципліни	<p>Комерційне підприємство і його особливості.</p> <p>Ринок і поведінка на ньому суб'єктів.</p> <p>Біржові посередники та їхнє значення для розвитку підприємництва.</p> <p>Агентування як форма посередництва.</p> <p>Місце брокерських фірм і біржовій діяльності.</p> <p>Ріелтерський бізнес.</p> <p>Ціни і цінові показники кон'юнктури.</p> <p>Кон'юнктура ринку цінних паперів.</p> <p>Договір оренди.</p> <p>Договір про участь у ярмарку.</p> <p>Угода про участь в аукціоні.</p> <p>Договір на рекламу.</p> <p>Вибір способів доставки товару до покупця.</p> <p>Оптові продовольчі ринки та їх роль в закупівлі товару.</p> <p>Метод роздрібного продажу товарів.</p> <p>Матеріально-технічна база товарно-сировинних бірж.</p> <p>Фінансові ресурси посередницького підприємства та їх склад.</p> <p>Характеристика доходів посередницького підприємства.</p> <p>Зовнішні джерела інвестування в розвиток комерційного посередника.</p> <p>Передовий досвід закордонних посередницьких підприємств.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійне опрацювання теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу з метою підготовки до екзамену (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента) – Методичні вказівки розміщені в ІОС Moodle.</p>
Міждисциплінарні зв'язки	<p>Менеджмент, маркетинг, підприємництво та бізнес-культура, економіка підприємства.</p>
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. Комерційна діяльність: навчальний посібник/ МОН України. Львів: Магнолія 2006, 2015. 332 с. 2. Дахно Іван Іванович, Барановська Віра Миколаївна, Бовтрук Юлія Анатоліївна, Вечеринська Інна Сергіївна. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / ред. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 471 с. 3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : практикум: навч. посіб. / за ред. Л.О. Чернишова, В.О. Козуб, Л.Л. Носач, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. Хартків: «Видавництво «Форт», 2017. 238 с. 4. Зовнішньоекономічні операції і контракти.: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. / за ред. В.В. Козик, Л.А. Панкова, Карп'як Я.С. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 608 с.

	5. Лойко Д.П., Вотченікова О.В., Удовіченко О.П., Котляр М.А. Управління якістю: навч. посіб. / МОН України, Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Львів: Магнолія 2006, 2016. 336 с
Локація	Згідно з розкладом (https://econom.udpu.edu.ua/navchannya/denne-viddileniya/rozklad)
Поточний контроль	Виконання практичних завдань, модульних контрольних робіт, підсумкового контролю, ІНДЗ (за вибором викладача)
Підсумковий контроль	Екзамен

Розробник



Малярчук Наталія Миколаївна