

**Міністерство освіти та науки України
Кіровоградський національний технічний університет**

**Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки та організації виробництва**

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

для студентів спеціальності 6.030.504 «Економіка підприємства»

Кіровоград - 2015

Міністерство освіти та науки України
Кіровоградський національний технічний університет

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки та організації виробництва

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

для студентів спеціальності 6.030.504 «Економіка підприємства»

Затверджено на засіданні кафедри
економіки та організації
виробництва
Протокол № 1 від 31.08.2015 р.

Кіровоград - 2015

Комерційна діяльність: методичні вказівки до вивчення дисципліни для студентів спеціальності 6.030.504 «Економіка підприємства» / Укл. М.В. Бугайова – Кіровоград : КНТУ, 2015 – 30 с.

Укладач: М.В. Бугайова, к.е.н., доц.

Рецензент: Л.Д. Збаржевецька, к.е.н., доц.

ЗМІСТ

1. АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. ЗМІСТ ТЕОРЕТИЧНОЇ ПРОГРАМИ ЗА ТЕМАМИ	6
4. ТЕМАТИКА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ, ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	7
5. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ	22
6. ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ	24
7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	25

1. АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

В умовах функціонування ринкової економіки докорінно змінюється характер організаційно-правових відносин державних та інших органів з суб'єктами комерційної діяльності. Сьогодні ці відносини будуються з організацією рівноправної діяльності різних видів підприємств, підтримки комерції, освоєння ринку на різних рівнях і напрямках.

У цьому курсі визначаються сутність і принципи комерційної діяльності, показані теоретичні основи й закономірності формування та розвитку комерційної діяльності, дана характеристика її суб'єктів. Наведено організаційно-правові форми, в яких допускається створення власної справи, викладені етапи цього процесу; управління (менеджмент) комерційною діяльністю; втілення ідеї комерсанта в бізнес-плані, роль бізнес-плану в комерційній діяльності, етапи розробки бізнес-плану підприємства. Після створення підприємства і його реєстрації в державних органах комерсанта вступає в конкурентну боротьбу на ринку товарів (послуг), тому в лекціях представлені форми й методи цієї боротьби, реалізація цінової, товарної, збутової політики підприємства. Відображені відносини комерсанта з фінансовими інститутами, такими як банки, ринок цінних паперів.

Мета даного курсу – ознайомлення насамперед з понятійним апаратом, термінологією, яка діє в сучасній практиці ділового спілкування, виробничій і комерційній діяльності будь-якого підприємства.

Предметом комерційної діяльності як навчального курсу виступають принципи й методи економічних відносин у конкретному діловому просторі, спрямованому на одержання прибутку. У зв'язку з цим **об'єктом** вивчення курсу є комерційна сторона процесу руху товарів від виробника до споживача, а основними суб'єктами комерційної діяльності виступають як сам підприємець, так і його можливі контрагенти - держава, наймані робітники, партнери по бізнесу і, звичайно ж, споживачі.

Завдання: набуття теоретичних та практичних навиків з комерційної діяльності; розуміння явищ, закономірностей, тенденцій, характерних для сфери комерційної діяльності; вивчення стратегічних напрямків та шляхів розвитку і підвищення ефективності комерційної діяльності.

2. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємств	9	3	2	-	-	4
Тема 2. Технологія заснування власної справи	9	3	2	-	-	4
Тема 3. Комерційний успіх: його сутність та складові	8	3	1	-	-	4
Тема 4. Функції комерційних служб підприємств	8	3	1	-	-	4
Тема 5. Комерційна діяльність на промисловому підприємстві	7	2	1	-	-	4
Тема 6. Дослідження ринку товарів і послуг	7	2	1	-	-	4
Тема 7. Товарообмінні операції	7	2	1	-	-	4
Тема 8. Торгівля продукцією інтелектуальної праці	7	2	1	-	-	4
Тема 9. Лізинг як ефективна форма збуту продукції	7	2	1	-	-	4
Тема 10. Електронна комерція та презентація в комерційній діяльності	7	2	1	-	-	4
Тема 11. Основні засоби маркетингових комунікацій у комерційній діяльності	7	2	1	-	-	4
Тема 12. Комерційна інформація та її захист	7	2	1	-	-	4
Усього годин	90	28	14	-	-	48

3. ЗМІСТ ТЕОРЕТИЧНОЇ ПРОГРАМИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий розділ 1.

Тема 1. Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємств.

Завдання дисципліни «Комерційна діяльність». Поняття і суть комерційної діяльності. Відмінності між поняттям «комерційна діяльність» та «підприємництво». Особливості, принципи і чинники розвитку комерційної діяльності. Суб'єкти комерційної діяльності. Основні об'єкти комерційної діяльності. Вимоги до об'єктів комерційної діяльності. Методи і прийоми пізнання комерційної діяльності. Організація підприємства, реорганізація та ліквідація.

Тема 2. Технологія заснування власної справи.

Ідея і мета організації власної справи. Форми створення власної справи. Принципи створення власної справи. Засновницькі документи. Державна реєстрація суб'єктів комерційної діяльності. Постановка на облік в податкових органах. Відкриття рахунку в банках. Ліцензування діяльності підприємства.

Тема 3. Комерційний успіх: його сутність та складові. Сутність поняття «успіх» та визначення «комерційного успіху». Оцінка комерційного успіху. Складові комерційного успіху. Підприємець як визначальна особистість у бізнесі. Ділові якості особистості підприємця. Сучасні вимоги до підприємця. Інформаційне обслуговування комерційної діяльності.

Тема 4. Функції комерційних служб підприємств. Комерційна служба підприємства та принципи її побудови. Вимоги до побудови комерційних служб. Основні підрозділи комерційних служб та їх функції.

Тема 5. Комерційна діяльність на промисловому підприємстві. Промислове підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Фактори, що впливають на комерційну діяльність промислового підприємства. Формування портфелю замовлень. Закупівельна комерційна діяльність. Розробка стратегії постачання. Планування закупівельної комерційної діяльності. Вибір потенційного постачальника. Збутова комерційна діяльність.

Тема 6. Дослідження ринку товарів і послуг. Маркетингові дослідження як основа ефективної комерційної діяльності. Напрямки дослідження ринку товарів. Вибір маркетингової стратегії на ринку.

Змістовий розділ 2.

Тема 7. Товарообмінні операції. Товарообмінні операції та їх види. Умовні застосування в оптових закупівлях товарообмінних операцій.

Тема 8. Торгівля продукцією інтелектуальної праці. Торгівля ліцензіями. Торгівля інжиніринговими послугами.

Тема 9. Лізинг як ефективна форма збуту продукції. Сутність та основні принципи лізингу. Суб'єкти та об'єкти лізингових операцій. Класифікація лізингових угод. Переваги лізингових операцій.

Тема 10. Електронна комерція та презентація в комерційній діяльності. Поняття про електронну комерцію. Презентації в комерційній діяльності підприємства.

Тема 11. Основні засоби маркетингових комунікацій у комерційній діяльності. Сутність та цілі комунікаційної політики. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Сутність, основні риси та функції реклами. Класифікація реклами. Особливості подання рекламної інформації. Класифікація рекламних засобів та особливості їх застосування. Планування рекламної компанії. Вибір каналів поширення реклами. Визначення ефективності рекламної компанії. Комерційна пропаганда як вид маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту. Фірмовий стиль та його складові елементи.

Тема 12. Комерційна інформація та її захист. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Промислове шпигунство та захист комерційної таємниці.

4. ТЕМАТИКА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ, ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Практичне заняття № 1

Тема. Суть, роль, зміст і завдання комерційної роботи

Мета: вивчення ролі і сутності комерційної роботи, предмету та основних завдань курсу «Комерційна діяльність підприємств».

План

1. Поняття і суть комерційної роботи
2. Предмет, зміст і завдання курсу «Комерційна діяльність»
3. Роль і завдання розвитку комерційної роботи на сучасному етапі

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Комерційна діяльність – це... .
2. Основними завданнями курсу «Комерційна діяльність» є:... .
3. Комерційні процеси – це... .
4. Предметом курсу «Комерційна діяльність підприємств» є:... .
5. Підприємство – це... .

Завдання 2

Тестове завдання

1. Процеси, що пов'язані зі зміною вартості, а також організаційно-господарські процеси, безпосередньо не пов'язані з актами купівлі-продажу та забезпечують безперервність їх і не мають виробничого (технологічного) характеру визначають як:

- а) виробничі процеси;
- б) комерційні процеси;
- в) технологічні процеси;
- г) торговельні процеси.

2. Торгова та торгово – посередницька діяльність, а також участь у продажу або сприяння продажу товарів або послуг:

- а) виробнича діяльність;
- б) комерційна діяльність;
- в) торгова діяльність;
- г) підприємницька діяльність.

3. Принципи комерційної діяльності характеризуються наступним:

- а) свободою вибору партнера, контрагента по закупівлі товарів; безліччю джерел закупівлі (постачальників); економічною рівноправністю партнерів;
- б) саморегулюванням процесів постачання і купівлі-продажу товарів; свободою ціноутворення;
- в) конкуренцією постачальників і покупців;
- г) суворою матеріальною і фінансовою відповідальністю сторін за виконання прийнятих зобов'язань;

- г) всі відповіді є вірними.
- 4. До торгових послуг відносять:
 - а) послуги, що надаються покупцям в магазинах.
 - б) послуги, що надаються оптовими організаціями і підприємствами своїм клієнтам (оптові торгові послуги);
 - в) сервісне обслуговування;
 - г) всі відповіді є вірними.

Контрольні питання

1. Поняття та сутність комерційної роботи.
2. Характер і зміст процесів, що виконуються у торгівлі.
3. Предмет, зміст і задачі курсу «Комерційна діяльність підприємств».
4. Роль і задачі комерційної роботи на сучасному етапі.

Література: [3, 4, 5].

Практичне заняття № 2

Тема. Організація господарських зв'язків у торгівлі

Мета: вивчення порядку регулювання господарських зв'язків у торгівлі, загальних положень договору купівлі-продажу.

План

1. Суть і порядок регулювання господарських зв'язків у торгівлі
2. Загальні положення договору купівлі-продажу
3. Договір роздрібної купівлі-продажу
4. Державний контракт на постачання товарів для державних потреб
5. Договір контрактації
6. Заявки і замовлення на товари
7. Прямі договірні зв'язки торгових підприємств з виробниками товарів та їх ефективність
8. Роль оптових підприємств в організації господарських зв'язків і постачанні товарів

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Тестове завдання:

1. Конкретний термін певні товари, необхідні для задоволення попиту населення, це:
 - а) заявка;
 - б) замовлення;
 - в) акцепт;
 - г) оферта.
2. Угода двох чи кількох осіб, спрямована на виникнення, зміну чи припинення прав і обов'язків:
 - а) контракт;
 - б) договір;
 - в) угода;

- г) відповіді а), б).
3. Пропозиція однієї сторони укласти договір це:
- а) оферта;
 - б) акцепт;
 - в) контракт;
 - г) угода.
4. Який із наступних критеріїв ви вважаєте головним при виборі нового товару:
- а) ємність і потенціал ринку;
 - б) динаміка ринку;
 - в) обсяг всіх витрат при виході на зовнішній ринок;
 - г) переваги у конкурентній боротьбі.
5. З економічної точки зору найбільш конкурентоспроможним (у торговому посередництві) є товар з такими характеристиками:
- а) має найнижчу ціну придбання;
 - б) має найнижчу ціну споживання;
 - в) потребує найнижчих експлуатаційних витрат;
 - г) має високу якість.
6. Трудовий договір це:
- а) праця за відповідну винагороду;
 - б) виконання робіт за відповідну винагороду з матеріалів замовника;
 - в) постачання засобів замовнику;
 - г) відшкодування можливих витрат, які зумовлені надзвичайними подіями.

Контрольні питання

1. Сутність і порядок регулювання господарських зв'язків у торгівлі.
2. Загальні положення договору купівлі-продажу.
3. Замовлення на товари.
4. Прямі договори зв'язки торговельних підприємств з виробниками товарів та їх ефективність.

Література: [1, 2, 4, 6, 7].

Практичне заняття № 3

Тема. Форми і методи комерційних розрахунків

Мета: вивчення особливостей готівкової і безготівкової форм розрахунків, порядку відкриття банківських рахунків.

План

1. Готівкова форма розрахунків
2. Безготівкова форма розрахунків
3. Порядок відкриття рахунків у банку
4. Розрахунки в іноземній валюті

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. До товарних операцій відносять:...

2. Платіжні доручення – це... .
3. Акцепт вимог може бути:... .
4. Акредитив – це... .
5. Для відкриття валютного рахунку необхідно подати до уповноваженого банку наступні документи:... .

Завдання 2

Тестове завдання:

1. Доручення відділення банку покупця відділенню банку постачальника про відкриття спеціального рахунку для негайної оплати постачальника на умовах, передбачених у заяві й у межах зазначеної у заяві суми:

- а) платіжне доручення – вимога;
- б) акредитив;
- в) чек;
- г) платіжне доручення.

2. У комерційних розрахунках можуть бути застосовані наступні види акцепту:

- а) попередній;
- б) наступний;
- в) вірні відповіді а), б).
- г) вірна відповідь відсутня.

3. Пропозиція однієї сторони укласти договір це:

- а) оферта;
- б) акцепт;
- в) контракт;
- г) угода.

4. Особа, яка одержує право на отримання коштів за передаточним написом переказного векселя:

- а) індосант;
- б) індосат;
- в) трасат;
- г) трасант.

Контрольні питання

1. Готівкова форма розрахунків.
2. Безготівкова форма розрахунків.
3. Порядок відкриття рахунків у банку.
4. Розрахунки в іноземній валюті.

Література: [1, 2, 3, 7, 10].

Практичне заняття № 4

Тема. Комерційна робота з оптової закупівлі товарів

Мета: вивчення сутності та змісту закупівлі товарів, класифікації постачальників.

План

1. Суть, роль і зміст закупівельної роботи
2. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів.

Класифікація постачальників

3. Організація господарських зв'язків із постачальниками товарів.

Контроль та облік надходження товарів від постачальників

4. Оптові ярмарки (виставки) та їх роль в закупівлі товарів
5. Оптові продовольчі ринки та їх роль в закупівлі товарів
6. Дрібнооптові магазини-склади

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Основою комерційної діяльності в торгівлі є:...
2. Постачальників товарів можна підрозділити на такі категорії:...
3. Постачальники-виготовлювачі – це:...
4. Претензія – це:...
5. Потерпіла сторона має право пред'явити іншій стороні претензії за таких умов:...

Контрольні питання

1. Сутність, роль і зміст закупівлі товарів.
2. Класифікація постачальників.
3. Організація господарських зв'язків постачальниками товарів.

Література: [9, 10, 11, 15].

Практичне заняття № 5

Тема. Комерційна робота з оптового і роздрібного продажу товарів

Мета: вивчення сутності, ролі та змісту комерційної роботи з продажу товарів.

План

1. Суть, роль і зміст комерційної роботи з продажу товарів
2. Організація комерційної роботи з оптового продажу товарів
3. Організація надання послуг оптовими підприємствами клієнтам
4. Організація комерційної роботи з роздрібного продажу товарів
5. Методи роздрібного продажу товарів
6. Організація надання торгових послуг покупцям

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Перелічіть:

1. Методи оптового продажу зі складів.
2. Види оптових послуг за функціональним призначенням.

Тестове завдання:

1. До учасників торгів на оптовому ринку відносяться:
 - а) власники товарів (виробники, оптові підприємства, посередники) або їх повноважні представники, що мають право ведення торгових операцій на ринку;
 - б) роздрібні торгові та інші підприємницькі структури, що мають доступ на оптовий ринок як покупці;

- в) персонал оптового ринку;
- г) всі відповіді є вірними.
- 2. Метою розвитку оптової торгівлі в ринковій економіці є:
 - а) створення розвиненої структури каналів руху товарів, здатної підтримувати необхідну інтенсивність товаропотоків.
 - б) забезпечення зниження витрат обігу і високої ефективності всієї системи обігу товарів у країні;
 - в) мобілізація грошових ресурсів, необхідних для фінансування процесу руху товарів.
 - г) всі відповіді є вірними.
- 3. Зміст комерційної роботи з оптового продажу товарів можна звести до виконання наступних основних операцій:
 - а) знаходження оптових покупців товарів та установа господарських зв'язків з покупцями товарів;
 - б) вибір форм і методів оптового продажу товарів та організація обліку виконання договорів з покупцями товарів;
 - в) рекламно-інформаційна діяльність оптових підприємств;
 - г) всі відповіді є вірними.
- 4. За функціональним призначенням оптову послугу, що пов'язана з організацією торговельно-розрахункових операцій (кредитування угоди на пільгових умовах, наявні й безготівкові розрахунки, авансова оплата) відносять до:
 - а) технологічних;
 - б) комерційних;
 - в) фінансових;
 - г) організаційно-консультативних.
- 5. При оптовому складському обороті застосовуються наступні методи оптового продажу товарів зі складів:
 - а) за особистим відбором товарів покупцями;
 - б) за письмовими, телефонними, телеграфними, факсними заявками (замовленнями);
 - в) через роз'їзних товарознавців (комівояжерів) і пересувні кімнати товарних зразків;
 - г) відповіді а), б).

Контрольні питання

1. Сутність, роль і зміст комерційної роботи з продажу товарів.
2. Організація комерційної роботи з оптового продажу товарів.
3. Організація надання послуг оптовими підприємствами - клієнтам

Література: [1, 6, 7, 11, 15].

Практичне заняття № 6

Тема. Організація біржової торгівлі

Мета: вивчення сутності та порядку створення товарної біржі.

План

1. Суть, роль і розвиток біржової торгівлі

2. Порядок створення товарної біржі та її структура
3. Види біржових операцій
4. Організація торгових операцій на біржі

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Біржа – це... .
2. Членом біржі можуть бути:... .
3. Органами керування біржею є :... .
4. На біржах можуть відбуватися наступні угоди:... .
5. Хеджування – це... .
6. Маклер – це... .

Завдання 2

Тестове завдання:

1. Біржовий ринок виступає частиною:
 - а) первинного ринку цінних паперів;
 - б) вторинного ринку цінних паперів;
 - в) кредитного ринку;
 - г) вірна відповідь відсутня.
3. У відповідності до законодавства України для створення фондової біржі кількість її засновників повинна складати не менше:
 - а) 20 торговців цінними паперами;
 - б) 30 торговців цінними паперами;
 - в) 35 торговців цінними паперами;
 - г) 40 торговців цінними паперами.
4. Біржова торгівля як форма організованого оптового ринку ділиться на:
 - а) ринки готівкового товару,
 - б) ф'ючерсний, фондовий ринки;
 - в) відповіді а), б).
 - г) вірна відповідь відсутня.
5. Органами управління біржею є:
 - а) загальні збори засновників і членів біржі,
 - б) біржовий комітет (рада),
 - в) правління (дирекція) біржі,
 - г) всі відповіді вірні.
6. Біржовий посередник між продавцями і покупцями по здійсненню торгових операцій з придбання, продажу і обміну товарів на біржі, це:
 - а) маклер,
 - б) дилер,
 - в) брокер,
 - г) андеррайдер.

Контрольні питання

1. Сутність, роль і розвиток біржової торгівлі.
2. Порядок створення товарної біржі та її структури.

3. Види біржових угод
4. Організація торговельних операцій на біржі.

Література: [1, 2, 6, 7, 10].

Практичне заняття № 7

Тема. Торгівля на аукціонах, конкурсах (тендерах)

Мета: вивчення сутності та порядку проведення аукціонів та конкурсів (тендерів).

План

1. Суть і види торгів
2. Суть і організаційні форми аукціонів
3. Порядок проведення аукціону
4. Організація проведення конкурсів (тендерів)

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Тестове завдання:

1. За товарною ознакою оптові ярмарки можуть бути:
 - а) спеціалізованими;
 - б) міжгалузевими;
 - в) універсальними;
 - г) відповіді а), в).
2. До основних етапів організації ярмаркової (виставочної) торгівлі відносять:
 - а) попередній;
 - б) організаційний;
 - в) заключний;
 - г) відповіді а), б).
3. Учасник конкурсних торгів, пропозиція якого прийнята, це:
 - а) субпідрядник,
 - б) оферент,
 - в) тендерний комітет,
 - г) вірна відповідь відсутня.
4. Особлива форма видачі замовлень на постачання товарів або підрядів на виконання робіт, яка передбачає залучення пропозицій від кількох постачальників або підрядчиків з метою забезпечення найбільш вигідних комерційних та інших умов операції для організаторів торгів:
 - а) конкурс,
 - б) аукціонні торги,
 - в) тендер,
 - г) вірна відповідь відсутня.
5. До учасників торгів на оптовому ринку відносяться:
 - а) власники товарів (виробники, оптові підприємства, посередники) або їх повноважні представники, що мають право ведення торгових операцій на ринку

(продавці);

б) роздрібні торгові та інші підприємницькі структури, що мають доступ на оптовий ринок як покупці;

в) персонал оптового ринку, що бере участь в оформленні торгових операцій безпосередньо в товарних секціях;

г) всі відповіді вірні.

Контрольні питання

1. Суть і види торгів.
2. Суть і організаційні форми аукціонів.
3. Порядок проведення аукціонів.
4. Організація проведення конкурсів (тендерів).

Література: [1, 2, 7, 10,].

Практичне заняття №8

Тема. Формування асортименту і управління товарними запасами на складах і в магазинах

Мета: вивчення поняття асортименту та торговельної номенклатури товарів, основних принципів підбору і встановлення товарного асортименту.

План

1. Порядок формування і регулювання асортименту товарів на оптових торгових підприємствах
2. Основні чинники формування торгового асортименту на підприємствах роздрібною торгівлі
3. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту в магазинах
4. Планування асортименту товарів у магазинах
5. Роль товарних запасів у забезпеченні асортименту
6. Управління товарними запасами на складах оптових торгових підприємств і в магазинах

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Асортимент товарів – це... .
2. Виробничими асортиментами називають... .
3. Формування асортиментів – це... .
4. Управляти товарними запасами значить... .
5. До способів визначення величини товарних запасів відносять... .

Завдання 2

Тестове завдання:

1. До основних засобів стимулювання збуту можна віднести:
 - а) пропозиції товару магазинам безкоштовно або на пробу;
 - б) операції з невеликою знижкою ціни;
 - в) торгові конкурси для спонукання працівників бази до ефективної комерційної діяльності;

- г) всі відповіді вірні.
- 2. При оптовому складському обороті застосовуються наступні методи оптового продажу товарів зі складів:
 - а) за особистим відбором товарів покупцями;
 - б) за письмовими, телефонними, телеграфними, факсними заявками (замовленнями);
 - в) через роз'їзних товарознавців (комівояжерів) і пересувні кімнати товарних зразків;
 - г) відповіді а), б).
- 3. Товарооборотність розраховується:
 - а) в днях до обороту,
 - б) числом оборотів середнього запасу,
 - в) відповіді а), б).
 - г) вірна відповідь відсутня.
- 4. Показник, що розраховується за певний період за формулою:

$$O = Z_c / T_{c/d}$$
 де:
 Z_c - середній запас товарів за певний період;
 $T_{c/d}$ - середньодобовий товарооборот за той же період, це:
 - а) товарооборотність в днях до обороту,
 - б) чисті витрати обігу,
 - в) середньодобовий оборот,
 - г) вірна відповідь відсутня.

Контрольні питання

1. Поняття асортименту та торговельної номенклатури товарів.
2. Порядок формування та регулювання асортименту товарів у оптових торговельних організаціях.
3. Управління товарними запасами на складах оптових торгових підприємств і в магазинах.

Література: [2, 3, 6, 10].

Практичне заняття №9

Тема. Основні засоби маркетингових комунікацій

Мета: вивчення поняття системи маркетингових комунікацій, значення реклами та комерційної пропаганди.

План

1. Поняття системи маркетингових комунікацій та її роль в комплексі маркетингу
2. Реклама в системі маркетингових комунікацій
3. Комерційна пропаганда*
4. Стимулювання збуту
5. Особистий продаж*
6. Фірмовий стиль та його складові елементи

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Основними коштами маркетингових комунікацій є:...
2. Комерційна пропаганда являє собою...
3. Стимулювання збуту як форма маркетингових комунікацій являю собою...
4. Відмітною ознакою сучасної реклами є:...
5. До основних функцій реклами відносять:...
6. Систему маркетингових комунікацій у загальному вигляді можна визначити як...

Контрольні питання

1. Поняття системи маркетингових комунікацій та її роль у комплексі маркетингу.
2. Реклама в системі маркетингових комунікацій та комерційна пропаганда.
3. Стимулювання збуту.

Література: [1, 2, 3, 7].

Практичне заняття №10

Тема. Організація рекламно-інформаційної діяльності по збуту товарів

Мета: вивчення поняття та основних задач реклами, особливостей організації роботи рекламно-інформаційних агентів.

План

1. Поняття, суть і завдання реклами
2. Соціально-психологічні основи реклами
3. Види рекламних засобів та їх застосування
4. Вітрини як засіб реклами. Значення вітрин
5. Організація роботи рекламно-інформаційних агентств*
6. Основи розробки рекламних оголошень і текстів*
7. Ефективність рекламної діяльності

Завдання до практичних занять**Завдання 1****Тестове завдання:**

1. Для якого товару реклама є найбільш ефективною:
 - а) для товару індивідуального споживання;
 - б) для товару виробничо-технічного призначення;
 - в) дитячого асортименту;
 - г) вірна відповідь відсутня.
2. Засоби реклами можна кваліфікувати за наступними ознаками:
 - а) призначення,
 - б) місце їх застосування,
 - в) характер використання технічних засобів,
 - г) всі відповіді вірні.
3. Який вид маркетингу використовують при зниженні попиту на товар:
 - а) стимулюючий маркетинг;

- б) розвиваючий маркетинг;
- в) ремаркетинг;
- г) конверсійний маркетинг.

Завдання 2

Використовуючи отримані знання, зобразіть, будь ласка, у вигляді схеми вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на поведінку людини.

Завдання 3

Економічний диктант:

- 1. Реклама – це... .
- 2. Залежно від характеру використовуваних технічних коштів розрізняють наступні види реклами:... .
- 3. Аудіовізуальна реклама включає:... .
- 4. Зовнішня реклама – це... .
- 5. Додатковий товарообіг під впливом реклами визначається за формулою:... .
- 6. Рентабельність реклами визначається за формулою:... .
- 7. Для розрахунку економічного ефекту рекламування використовують наступну формулу:... .

Контрольні питання

- 1. Поняття, сутність і задачі реклами.
- 2. Соціально-психологічні основи реклами.
- 3. Види рекламних засобів та їх використання.
- 4. Організація роботи рекламно-інформаційних агентів.
- 5. Ефективність рекламної діяльності.

Література: [2, 5, 6, 7].

Практичне заняття №11

Тема. Особливості комерційної роботи при здійсненні експортно-імпортних операцій

Мета: вивчення основних положень при здійсненні експортно-імпортних операцій, функцій митної справи в Україні.

План

- 1. Основні поняття і визначення
- 2. Організація експортно-імпортних операцій

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Перелічіть:

- 1. Види мита, установлені в митних тарифах.
- 2. Види стягнень за порушення митних правил.

Завдання 2

Економічний диктант:

- 1. Митний тариф – це... .
- 2. Ліцензування - це... .
- 3. Бартер – це... .
- 4. Кліринг -

5. Митниця – це... .
6. Основними документами, що регулюють організацію митної справи в Україні, є:... .
7. Квоти – це... .
8. Основними формами економіко-фінансових зв'язків між експортерами та імпортерами є:... .

Контрольні питання

1. Основні поняття та положення при здійсненні експортно-імпортних операцій.
2. Організація експортно-імпортних операцій
3. Поняття митниці та її функції.
4. Організація митної справи в Україні.
5. Поняття митного оформлення та контролю вантажів.

Література: [3, 4, 8, 12, 14].

Практичне заняття №12

Тема. Організаційно-економічні особливості лізингу. Факторинг

Мета: вивчення сутності лізингу, його основних видів, економічної сутності факторингу.

План

1. Суть лізингу, його форми, типи і види
2. Порядок укладення і виконання договору лізингу*
3. Факторинг

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Лізинг – це... .
2. Залежно від терміну розрізняють такі типи лізингу:... .
3. Лізинг, здійснюваний протягом менше ніж півтора року, називається... .
4. Види лізингу:... .
5. Оперативний лізинг – це... .
6. Договір лізингу повинен містити наступні положення:... .
7. Факторинг – це... .

Завдання 2

За допомогою отриманих знань зобразіть у вигляді схеми види лізингу.

Контрольні питання

1. Сутність лізингу, його форми, типи та види.
2. Порядок висновку та виконання договору лізингу.
3. Економічні основи лізингу.
4. Факторинг.

Література: [1, 2, 5, 10, 11].

Практичне заняття №13

Тема. Франчайзинг в ринковій економіці

Мета: дослідження сутності франчайзингу, вивчення його основних видів та економічних ознак.

План

1. Суть франчайзингу та історія його розвитку*
2. Види франчайзингу
3. Економічні основи розвитку франчайзингу*

Завдання до практичних занять

Завдання 1

Економічний диктант:

1. Особа, яка надає франшизу іменується як... .
2. «Франчайзи» - це особи, які... .
3. Виділяють такі основні види франчайзингу:... .
4. В сфері торгівлі використовується ... франчайзинг.
5. Виробничий франчайзинг – це... .
6. Франчайзинг являє собою... .
7. Діловий франчайзинг – це... .

Контрольні питання

1. Сутність франчайзингу та історія його розвитку.
2. Види франчайзингу.
3. Економічні основи розвитку франчайзингу.

Література: [1, 4, 9, 10, 15].

Практичне заняття №14

Тема. Організація роботи комерційних служб на підприємствах

Мета: вивчення структури комерційних служб підприємств та їх ролі у складанні бізнес-планів.

План

1. Структура комерційних служб підприємства
2. Роль комерційних служб у складанні бізнес-планів підприємства*
3. Основні фінансові документи комерційного підприємства*
4. Система показників аналізу ефективності комерційної діяльності торгового підприємства

Завдання до практичних занять

Завдання 1

1. Найважливішим показником ефективності роботи торговельного підприємства є:

- а) прибуток;
- б) ліквідність;
- в) валовий дохід;
- г) товарооборотність.

2. Швидкість обігу товарів або час, протягом якого реалізуються товари:

- а) рентабельність;
- б) товарооборотність;

- в) ефективність;
- г) ліцензування.

3. З метою розвитку й стабілізації роботи комерційних підприємств складають:

- а) стратегічний план;
- б) бізнес-план;
- в) маркетинговий план;
- г) баланс.

4. Різниця між торговельними накладками (націнками) і витратами обігу:

- а) балансовий прибуток;
- б) чистий дохід;
- в) чистий прибуток;
- г) операційний прибуток.

5. який показник розраховують як відношення вартості реалізованих товарів і послуг до витрат на їх реалізацію:

- а) ефективність;
- б) рентабельність;
- в) коефіцієнт оборотності;
- г) продуктивність праці.

Контрольні питання

1. Структура комерційних служб підприємств.
2. Роль комерційних служб у складанні бізнес-планів.
3. Система показників аналізу ефективності комерційної діяльності торговельного підприємства.

Література: [1, 2, 6, 7, 10, 14].

5. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

для самостійної та індивідуальної роботи студента

1. Розвиток комерційної діяльності.
2. Реєстрація товарних знаків.
3. Використання і припинення правової охорони товарного знаку.
4. Державний контракт на постачання товарів для державних підприємств.
5. Договір контракції.
6. Розрахунок платіжних доручень.
7. Розрахунок з використанням векселів і підстави на залік з взаємних потреб.
8. Оптові ярмарки (виставки) та їх роль у закупівлі товарів.
9. Оптові продовольчі ринки та їх роль у закупівлі товарів.
10. Організація комерційної роботи з роздрібного продажу товарів.
11. Методи роздрібного продажу товарів.
12. Поняття та функції фондової біржі.
13. Економіко-статистичні показники, які використовуються в біржовій діяльності.
14. Основні фактори формування товарного асортименту на підприємствах роздрібного продажу.
15. Роль товарних запасів у забезпеченні стійкості товарного асортименту.
16. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту в магазинах.
17. Комерційна пропаганда.
18. Особистий продаж.
19. Фірмовий стиль і його складові елементи.
20. Основні напрями розвитку рекламного бізнесу закордоном.
21. Вітрини як засоби реклами.
22. Основні розробки рекламних об'єктів і текстів.
23. Декларування товарів і транспортних засобів.
24. Митний режим.
25. Правові регулювання франчайзингу в Україні.
26. Основні фінансові документи комерційних підприємств.

Реферат підводить підсумок вивчення студентами як окремої теми, так і дисципліни в цілому. Обсяг реферату визначається специфікою досліджуваного питання і змістом матеріалів (документів), їх науковою цінністю та практичним значенням. Оптимальний обсяг реферату складає 10-15 сторінок. Реферат має відповідати вимогам до оформлення рукопису кваліфікаційної роботи: вступ і висновки в сумі не повинні перевищувати 20% від її загального обсягу; текст друкується через 1,5 інтервали на одній сторінці стандартного аркуша з такими полями: ліве - 30 мм, праве - 15 мм, верхнє - 20 мм, нижнє - 20 мм., де всі сторінки нумеруються: загальна нумерація починається з титульного листа, проте порядковий номер на ньому не ставиться.

На титульній сторінці реферату вказуються: офіційна назва навчального закладу, факультету і кафедри; прізвище та ініціали автора реферату

(абревіатура навчальної групи); повна назва теми; прізвище та ініціали наукового керівника, його науковий ступінь і вчене звання; місто, де знаходиться навчальний заклад та рік написання реферату. Після титульної сторінки подається зміст реферату з точною назвою кожного розділу (параграфу) і його сторінок.

До списку використаних джерел мають бути включені лише безпосередньо використані в рефераті праці в алфавітному порядку авторів.

Важливими критеріями при доборі теми реферату, є її актуальність, широка джерельна база, наявність необхідного фактичного матеріалу, а також достатнє її висвітлення в науково-методичній літературі, що передбачає, в першу чергу, ознайомлення із загальною концепцією автора роботи та його висновками.

Структура реферату:

- титульний аркуш;
- зміст (план);
- вступ;
- розділи (параграфи);
- висновки;
- список використаних джерел.

У вступі реферату обґрунтовується актуальність теми, її особливості, значущість з огляду на розвиток науки та практики.

Основну частину реферату складають кілька розділів (що можуть бути розбиті на параграфи), логічно поєднані між собою.

Виклад матеріалу в рефераті має бути логічним, послідовним, без повторень. Неприпустимо використовувати цитати без посилання на автора.

Реферат оцінюється за такими критеріями: актуальність; наукова та практична цінність; глибина розкриття теми, вирішення поставлених завдань; повнота використання рекомендованої літератури; обґрунтування висновків; грамотність; стиль викладу; оформлення реферату; обсяг виконаної роботи; завершеність дослідження.

6. ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Предмет, зміст і функції дисципліни.
2. Принципи комерційної діяльності.
3. Суб'єкти комерційної діяльності.
4. Основні об'єкти комерційної діяльності. Вимоги до об'єктів комерційної діяльності.
5. Товар як об'єкт комерційної діяльності.
6. Послуга як об'єкт комерційної діяльності.
7. Методи і прийоми пізнання комерційної діяльності.
8. Сутність поняття «успіх» та визначення «комерційного успіху»
9. Підприємець як визначальна особистість у бізнесі.
10. Ділові якості особистості підприємця. Сучасні вимоги до підприємця
11. Промислове підприємство як суб'єкт комерційної діяльності.
12. Фактори, що впливають на комерційну діяльність промислового підприємства.
13. Прості організаційно-правові форми підприємств, що функціонують у комерційній діяльності.
14. Організація підприємства, реорганізація та ліквідація.
15. Ідея і мета організації власної справи.
16. Роль бізнес-планування в умовах ринкової економіки.
17. Етапи розробки бізнес-плану підприємства.
18. Інформаційне обслуговування комерційної діяльності.
19. Об'єднання підприємств, що функціонують у комерційній діяльності.
20. Функції комерційної служби підприємства.
21. Принципи побудови організаційних структур комерційної служби.
22. Планування закупівельної комерційної діяльності на промисловому підприємстві.
23. Організація комерційних зв'язків.
24. Вибір постачальника матеріальних ресурсів.
25. Умови постачання матеріальних ресурсів.
26. Збутова комерційна діяльність промислового підприємства.
27. Вибір каналів збуту продукції.
28. Аналіз якості продукції, що постачається споживачам.
29. Комерційно-посередницька діяльність.
30. Сутність та функції роздрібної торгівлі.
31. Класифікація роздрібної торговельної мережі.
32. Асортиментна політика.
33. Широта, довжина, глибина, густота асортименту продукції.
34. Магазинні форми роздрібного продажу товарів.
35. Сутність і функції оптової торгівлі.
36. Класифікація підприємств оптової торгівлі.
37. Вибір постачальника при оптових закупівлях товарів.
38. Комерційна діяльність з оптового продажу товарів.
39. Господарські договори та контракти.
40. Розкрийте сутність торгівлі ліцензіями.
41. Наведіть класифікацію ліцензій за правовою охороною.
42. Наведіть класифікацію ліцензій за обсягом прав, що продаються.
43. Розкрийте особливості торгівлі інжиніринговими послугами.
44. Поняття про електронну комерцію.
45. Презентації в комерційній діяльності підприємства.
46. Сутність та цілі комунікаційної політики.
47. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
48. Фірмовий стиль та його складові елементи.
49. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці.
50. Промислове шпигунство та захист комерційної таємниці.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Рекомендована література

Базова

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: Навчальний посібник / Балабанова Л.В., Германчук А.М. — К.: ВД "Професіонал", 2004.— 288 с.
2. Башнянин Г.І. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій / Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Носов О.Ю. — Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2003. — 157 с.
3. Виноградська А.М. Комерційна діяльність торговельного підприємства: Навчальний посібник / Виноградська А.М. — К.: КНТЕУ, 2005. — 280с.
4. Воробйов Б.З. Основи комерційної діяльності: Навчальний посібник / Воробйов Б.З., Локтев Е.М., Плетень Ю.І. — К.: Видавництво Європейського університету, 2004. — 388 с.
5. Єрмошенко М.М. Інформаційні технології у комерційній діяльності / Єрмошенко М.М. // Актуальні проблеми економіки.- 2003.- № 9.- С.49-58.
6. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність малих підприємств / Єрмошенко М.М., Стороженко О.А. — К.: Національна академія управління, 2003. — 146с.
7. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій / Єрмошенко М.М. - К.: НАУ, 2003. — 345с.
8. Зубок М.І. Основи безпеки комерційної діяльності підприємств та банків / Зубок М.І. — К.: КНТЕУ, 2005. — 200 с.
9. Криковцева Н.О. Комерційна діяльність: Навчальний посібник / Криковцева Н.О., Казакова О.Б., Саркісян Л.Г., Авдеєнко Л.Л., Дяченко Г.А., Курська Л.С., Сахарова О.Н. — К.: Центр учбової літератури, 2007-296 с.
10. Ліпич Л.Г. Комерційна діяльність: Навчальний посібник / Ліпич Л.Г., Кошій О.В. — Луцьк: Ред.-видавничий відділ ЛДТУ, 2005. — 288с.
11. Мілаш В.С. Підприємницький (комерційний) договір: поняття та правові особливості / Мілаш В.С. — Полтава: АСМІ, 2004. — 148 с.
12. Мілаш В.С. Підприємницькі комерційні договори в господарській діяльності / Мілаш В.С. — Полтава: АСМІ, 2005. — 450 с.
13. Обритько Б.А. Менеджмент посередницької і біржової діяльності / Обритько Б.А. — К.: МАУП, 2003.
14. Пономаренко Л.А., Філатов В.О. Електронна комерція: Підручник. — К., 2002. — 443 с.
15. Савошенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / Савошенко А.С. - К.: КНЕУ, 2005. — 336 с.
16. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності / Тарасюк Г.М. — К.: Каравела, 2005. - 400 с.
17. Шило В.П. Аналіз фінансового стану виробничої та комерційної діяльності підприємства / Шило В.П., Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Темченко А.Г., Брадул О.М. - К.: Кондор, 2005. — 240 с.

Допоміжна

1. Закон України "Конституція України" №254к/96-ВР від 28.06.96. www.portal.rada.gov.ua.
2. Господарський кодекс України: — К.: Велес, 2004. — 164 с.
3. Цивільний кодекс України: — К.: Велес, 2004.- 278 с.
4. Закон України "Про банки і банківську діяльність" від 07.12.2000.№2121-ІІІ.із змінами та доповненнями.www.portal.rada.gov.ua.
5. Закон "Про національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні " №710/97-ВР від 10.12.97 (зі змінами та доповненнями).www.portal.rada.gov.ua.

6. Закон України "Про господарські товариства" №1576-12 від 19.09.91 (зі змінами та доповненнями). www.portal.rada.gov.ua.
7. Закон України "Про інвестиційну діяльність" №1560-12 від 18.09.91 (зі змінами та доповненнями). www.portal.rada.gov.ua.
8. Закон України "Про цінні папери і фондовий ринок" №3480-IV від 23.02.06. www.portal.rada.gov.ua.
9. Закон "Про банки і банківську діяльність" №2121-III від 07.12.2000 (зі змінами та доповненнями). www.portal.rada.gov.ua.
10. Закон України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" (зі змінами та доповненнями) №1775-3 від 01.06.2000. www.portal.rada.gov.ua.
11. Закон України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" (зі змінами та доповненнями) №98/96-ВР від 23.03.96. www.portal.rada.gov.ua.
12. Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців" №755-4 від 15.05.03. www.portal.rada.gov.ua.
13. Агафонова Л. Підготовка бізнес-плану. Практикум 3-тє вид. – К.: Знання, 2001. – 160 с.
14. Альбеков А. У., Согомоян С. А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 448 с.
15. Антонюк Н. А. Словник – довідник підприємця. Ринок: економіка. маркетинг. Фінанси. Закони. – Херсон, 1993. – С.41
16. Осипова Л. В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности. Учебник. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 228 с.
17. Осипова Л. В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000. – 624 с.
18. Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т.К. Комерційна справа: Навч. посібник. 2-е вид. – Рівне: Вертекс, 2002. – 352 с.
19. Пилипенко А.Я., Щербина В.С. Основы господарського права України. – К., 1998. – с.52-53.
20. Ринкова економіка: Словник, під загальною редакцією Г. Я. Кинермана – 2-е видання, доповнене – К., Вид-во "Республіка", 1995. – С.183, 304.
21. Саниахметова Н.А. Юридический справочник предпринимателя – Харьков: Одиссей, 1999. – С.12-14.
22. Сучасний економічний словник під редакцією Райзберга Б. А., – 2-е видання, виправлене – М.: ИНФРА – М., 1998. – С.35, 157, 260, 348, 377.
23. Тарасюк Г. М. Планування комерційної діяльності: Навч. посібник – К.: Каравела, 2005. – 400 с.
24. Харитонов Е.О. Гражданское право: Уч.-практ. справочник. Харьков: Одиссей. – 1999. – с.374-376.
25. Шахун В.І. Правові основи підприємницької діяльності: Підручник, К. - "Правові джерела", 1997. – С. 16, 18.
26. Карлін М. І. Правові основи підприємництва – Навч. Посібник – К.: Наукова думка, 2000. – 192 с.

Інформаційні ресурси

1. Електронний ресурс : Сайт «Законодавство України» / Закон України «Про підприємництво» // — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
2. Електронний ресурс : Сайт «Законодавство України» / Господарський Кодекс України — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

ДЛЯ ПОДАТОК