



**Вищий навчальний заклад**  
**«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**  
**Факультет економіки та комп'ютерних технологій**  
**Кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Декан факультету економіки та  
інформаційних технологій



Ю.М. Неговська

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

**«КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ»**

підготовки другого (магістерського) рівня  
(назва рівня вищої освіти)

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
(шифр і назва галузі знань)

Спеціальності 075 «Маркетинг»  
(код і найменування спеціальності)

освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
(найменування освітньої програми)

тип дисципліни професійної підготовки

**2020 рік**

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми



М.М.Єрмошенко

**РЕКОМЕНДОВАНО:**Кафедрою маркетингу, економіки,  
управління та адміністрування  
протокол № 1 від «27» серпня 2020 року

Завідувач кафедри



М.М.Єрмошенко

**Розробник:** **Костинець Юлія Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент,  
кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування

## 1. Опис навчальної дисципліни

**Мова навчання:** українська

**Статус дисципліни:** вибіркова навчальна дисципліна

**Передумови** вивчення навчальної дисципліни: дисципліна "Комерційна діяльність посередницьких організацій" тісно пов'язана з дисциплінами загальноекономічного циклу, і відповідним циклом конкретних дисциплін маркетингу. Курс "Комерційна діяльність посередницьких організацій" передбачає, що здобувачі вищої освіти вже володіють базовими знаннями в сфері маркетингу, управління, економіки і фінансів підприємств.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких організацій» є фундаментальні знання стосовно сутності, об'єктивних закономірностей, принципів і методів комерційної діяльності посередницьких організацій та управління ними в умовах ринкової економіки.

**Інформаційний обсяг навчальної дисципліни.** На вивчення навчальної дисципліни відводиться **120 годин 4 кредити ECTS**

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких організацій» є опанування здобувачами вищої освіти знань щодо засад організації ефективної комерційної діяльності і формування у них відповідних практичних навичок та вмінь.

Основним **завданням** навчальної дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких організацій» є засвоєння знань з організації ефективної комерційної діяльності і формування у здобувачів вищої освіти відповідних практичних навичок та вмінь.

## 3. Компетентності та заплановані результати навчання

Дисципліна «Комерційна діяльність посередницьких організацій» забезпечує набуття здобувачами освіти **компетентностей:**

**Загальні компетентності, визначені Стандартом вищої освіти (ЗК)**

- ЗК1 Здатність приймати обґрунтовані рішення
- ЗК2 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
- ЗК3 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
- ЗК4 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК5 Навички міжособистісної взаємодії
- ЗК6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
- ЗК8 Здатність розробляти проекти та управляти ними

**Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)**

- СК1 Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК3 Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК5 Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування
- СК6 Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

- СК7 Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків
- СК8 Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування
- СК1.3 Здатність ефективної комунікації, організації роботи, навчання персоналу та побудови ефективних комунікативних зв'язків

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

***Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)***

- ПР1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПР4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПР7 Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта
- ПР9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПР10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПР13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання
- ПР14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
- ПР15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

***Програмні результати навчання за вибіркоким блоком дисциплін (визначені закладом вищої освіти)***

ПР 1.1. Вміти налагоджувати професійні комунікації в процесі практичної діяльності на всіх рівнях взаємодії, розробляти стратегію і тактику маркетингових комунікацій суб'єктів ринкових відносин

ПР 1.2. Розв'язувати складні проблеми та задачі у професійній сфері із застосуванням сучасних інформаційних технологій та спеціального програмного забезпечення, методів та прийомів в умовах невизначеності

ПР1.6. Застосовувати отримані знання для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективного ведення бізнесу

## 4. Структура навчальної дисципліни

№ пп	Найменування тем курсу	Кількість годин									
		Денна форма навчання					Заочна форма навчання				
		<i>Лекції</i>	<i>Практичні заняття</i>	<i>СРС</i>	<i>ІКР</i>	<i>Всього</i>	<i>Лекції</i>	<i>Практичні заняття</i>	<i>СРС</i>	<i>ІКР</i>	<i>Всього</i>
<b>Змістовний модуль 1. Сутність і засади комерційної діяльності посередницьких організацій та управління ними</b>											
1	Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій	2	2	11	-	15	-	-	15	-	15
2	Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними	2	2	11	-	15	-	-	15	-	15
3	Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги	2	2	11	-	15	1	-	14	-	15
4	Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників	2	2	11	-	15	1	-	14	-	15
5	Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	3	3	9	-	15	1	1	13	-	15
	<b>Разом за модуль</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>53</b>	<b>-</b>	<b>75</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>71</b>	<b>-</b>	<b>75</b>
<b>Форма модульного контролю: контрольна робота</b>											
<b>Змістовний модуль 2. Фінансові засади комерційної діяльності посередницьких організацій</b>											
6	Активи посередницьких організацій і система розрахунків	3	3	9	-	15	1	1	13	-	15
7	Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування	3	3	9	-	15	1	1	13	-	15
8	Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій	3	3	9	-	15	1	1	13	-	15
	<b>Разом за модуль</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>-</b>	<b>45</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>39</b>	<b>-</b>	<b>45</b>
	<b>Разом за семестр</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>80</b>	<b>-</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>110</b>	<b>-</b>	<b>120</b>
<b>Форма модульного контролю: контрольна робота</b>											
<b>Форма підсумкового контролю: диференційований залік</b>											

## 5. Зміст програми навчальної дисципліни

**Змістовий модуль 1. Сутність і засади комерційної діяльності посередницьких організацій та управління ними**

**Тема 1.** Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій

Предмет науки "Комерційна діяльність посередницьких організацій". Методи його вивчення. Зв'язок курсу з іншими дисциплінами навчального плану.

Модель товарного ринку. Ринок товарів (послуг) і споживач.

Розподіл праці в сфері обігу і об'єктивна необхідність комерційного посередництва.  
Роль посередництва в здійсненні товарного обміну.

Сутність методології комерційної діяльності, концепція і зміст комерційної діяльності.  
Основні задачі і функції посередників в ринкових умовах. Системний підхід до організації комерційної діяльності.

Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності.

Економічні умови посередництва, взаємовигідного для виробників і споживачів.

**Тема 2.** Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними

Форми і відносини власності посередницьких організацій в умовах ринку.

Основні організаційно-правові форми функціонування посередницьких організацій.

Принципи і методи управління комерційною діяльністю посередницьких організацій.

Завдання і сутність управління посередницькими організаціями.

Функції і організаційні структури управління посередницькими організаціями.

Інформація в управлінні комерційною діяльністю: джерела, методи обробки, комп'ютерні технології, захист комерційної інформації.

**Тема 3.** Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги

Основні джерела закупівлі товарів.

Установлення підприємств-виробників необхідної продукції. Їх спеціалізація та виробничі потужності.

Територіальне розміщення виробників. Наявність шляхів сполучення: автомобільних, повітряних, залізницею, трубопроводних.

Критерії здійснення вигідних закупівель та їх реальних можливостей. Методи вибору комерційно вигідних закупівель.

Засади організації закупівель та її реалізації споживачам.

Методи формування товарних ресурсів для реалізації за обсягом, структурою, асортиментом і якістю. Прямі закупівлі товарів у виробників. Пошук додаткових товарних ресурсів.

Реалізація продукція зі складів посередників за замовленнями споживачів. Організація закупівлі і реалізації продукції на промислових ярмарках, аукціонах, шляхом комісійної та біржової торгівлі.

Організація послуг споживачам з підготовки продукції до виробничого споживання, централізованої доставки тощо.

Планування і нормування обсягу і структури товарних запасів і посередницьких послуг.

**Тема 4.** Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників

Товарозабезпечення та комерційні зв'язки.

Сутність комерційних зв'язків посередників з продавцями та покупцями продукції та додаткових послуг, критерії і вимоги щодо установавання таких зв'язків.

Короткострокові та довгострокові зв'язки, їх особливості та відмінності, умови установавання. Основні переваги довгострокових зв'язків.

Правові засади закріплення комерційних зв'язків: комерційні та контрактні угоди.

Структура і зміст договорів закупівлі продукції, її продажу та надання додаткових послуг. Взаємні зобов'язання сторін. Матеріальна відповідальність за виконання договірних зобов'язань.

Порядок укладання договорів, їх розірвання та розв'язання суперечок.

Господарські ризики: основні види, оцінка рівня, запобігання і страхування.

**Тема 5.** Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг

Джерела закупівлі товарів.

Установлення підприємств-виробників необхідної продукції. Їх спеціалізація та виробничі потужності. Асортимент і якість продукції, їх відповідність вимогам споживачів.

Територіальне розміщення виробників. Наявність шляхів сполучення: автомобільних, повітряних, залізницею, трубопроводних.

Критерії здійснення вигідних закупівель та їх реальних можливостей. Методи вибору комерційно вигідних закупівель.

Засади організації закупівель продукції та її реалізації споживачам.

Формування товарних ресурсів для реалізації за обсягом, структурою, асортиментом і якістю.

Складання та подання попередніх замовлень на виробництво продукції за укладеними договорами.

Прямі закупівлі товарів у виробників. Пошук додаткових товарних ресурсів.

Виявлення, закупівля чи прийняття на комісію матеріалів та виробів, що не використовуються споживачами, а також зайвих запасів.

Реалізація продукція зі складів посередників за замовленнями споживачів.

Організація закупівлі і реалізації продукції на промислових ярмарках, аукціонах, шляхом комісійної та біржової торгівлі.

Організація послуг споживачам з підготовки продукції до виробничого споживання, централізованої доставки тощо.

Засади управління товарними запасами. Планування і нормування обсягу і структури товарних запасів і посередницьких послуг.

## **Змістовий модуль 2. Фінансові засади комерційної діяльності посередницьких організацій**

**Тема 6.** Активи посередницьких організацій і система розрахунків

Активи посередницьких організацій: оборотний і основний капітал.

Сутність оборотних активів та їх роль в організації комерційної діяльності.

Склад і структура оборотних активів.

Власні і позичкові оборотні активи: їх сутність, відмінності, ефективність використання.

Джерела формування власних оборотних активів.

Оборотність оборотних активів та її показники. Методи визначення показників оборотності.

Визначення потреби в оборотних активах.

Основний капітал: структура, визначення потреби, процес управління.

Основні форми грошових розрахунків посередницьких організацій з партнерами. організація розрахунків. Платіжна дисципліна та матеріальна і правова відповідальність за її порушення.

**Тема 7.** Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування

Сутність витрат обігу, їх склад і структура. Розподіл витрат обігу на чисті та додаткові.

Абсолютні та відносні витрати обігу. Перемінні та умовно-постійні витрати.

Основні чинники, що визначають рівень і структуру витрат обігу.

Планування витрат обігу. Методи визначення планових витрат за окремими статтями.

Рівень витрат на транспортування продукції, додаткові послуги.

Аналіз та оцінка результатів комерційної діяльності посередницьких організацій.

Шляхи скорочення витрат обігу.

Категорія собівартості. Калькуляція собівартості окремих видів послуг. Вибір калькуляційних одиниць. Склад і зміст статей калькуляції, методи їх визначення. Способи віднесення непрямих витрат на калькуляційні одиниці.

**Тема 8.** Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій

Ціноутворюючі чинники і засади формування цін на послуги посередницьких організацій.

Установлення попередньої ціни на продукцію, можливих надбавок та знижок. Порівняння її з цінами на аналогічну продукцію інших виробників.

Система цін та тарифів на послуги посередників: складські націнки до цін виробників, знижки з цін виробників, ціни на додаткові послуги.

Вимоги до установлення цін і тарифів. Обґрунтовані ціни – умова відшкодування витрат посередників та одержання прибутку.

Взаємовигідні ціни на послуги як стимул продажу-купівлі продукції та надання додаткових послуг.

Методика визначення рівня складських націнок на продукцію.

Методи визначення цін на додаткові послуги.

Способи установлення відпускних цін на продукцію.

Договірні ціни і порядок їх узгодження.

Доходи і прибуток від посередницької діяльності, Механізм формування прибутку. Планування податкових платежів.

Забезпечення ефективності комерційних угод.

#### 6. Теми лекцій

№ пп	Назва теми дисципліни	Кількість годин	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1	Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій	2	-
2	Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними	2	-
3	Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги	2	1
4	Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників	2	1
5	Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	3	1
6	Активи посередницьких організацій і система розрахунків	3	1
7	Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування	3	1
8	Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій	3	1
<b>Всього</b>		<b>20</b>	<b>6</b>

#### 7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми та практичних завдань	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	<b>Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій</b> 1. Товарний ринок і кінцевий споживач. 2. Розподіл праці у сфері обігу і місце посередництва у ньому. 3. Основні задачі і функції посередників в ринкових умовах. 4. Типи посередників і характеристика їхньої діяльності.	2	-



	<p>5. Зміст і задачі комерційної діяльності.</p> <p>6. Системний підхід до організації комерційної діяльності посередницьких фірм.</p> <p>7. Економічні умови посередництва, взаємовигідного для виробників і споживачів.</p>		
2	<p><b>Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними</b></p> <p>1. Основні організаційно-правові форми функціонування посередницьких організацій.</p> <p>2. Етика і психологія комерційної діяльності посередницьких фірм.</p> <p>3. Формування організаційної структури управління посередницькими організаціями.</p> <p>4. Інформація в управлінні комерційною діяльністю: джерела, методи обробки, комп'ютерні технології, захист комерційної інформації.</p>	2	-
3	<p><b>Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги</b></p> <p>1. Зміст і методи дослідження ринку товарів.</p> <p>2. Вивчення попиту споживачів і методи його прогнозування.</p> <p>3. Чинники, що впливають на формування попиту на продукцію.</p> <p>4. Сутність, особливості та методи визначення короткострокового попиту, джерела інформації.</p> <p>5. Мета та методи визначення довгострокового попиту, джерела інформації.</p>	2	-
4	<p><b>Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників</b></p> <p>1. Засади товарозабезпечення та роль у цьому комерційних зв'язків.</p> <p>2. Сутність комерційних зв'язків посередників з продавцями та покупцями продукції та додаткових послуг, критерії і вимоги щодо установа таких зв'язків. Короткострокові та довгострокові зв'язки.</p> <p>3. Правові засади закріплення комерційних зв'язків: комерційні та контрактні угоди.</p> <p>4. Взаємні зобов'язання сторін. Матеріальна відповідальність за виконання договірних зобов'язань. Порядок укладання договорів, їх розірвання та розв'язання суперечок.</p> <p>5. Господарські ризики: основні види, оцінка рівня, запобігання і страхування.</p>	2	-
5	<p><b>Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг</b></p> <p>1. Основні джерела закупівлі товарів.</p> <p>2. Установлення підприємств-виробників необхідної продукції. Їх спеціалізація та виробничі потужності.</p> <p>3. Територіальне розміщення виробників. Наявність шляхів сполучення: автомобільних, повітряних, залізницею, трубопроводних.</p> <p>4. Критерії здійснення вигідних закупівель та їх реальних можливостей. Методи вибору комерційно вигідних закупівель.</p> <p>5. Засади організації закупівель та її реалізації споживачам.</p> <p>6. Методи формування товарних ресурсів для реалізації за обсягом, структурою, асортиментом і якістю. Прямі закупівлі</p>	3	1

	<p>товарів у виробників. Пошук додаткових товарних ресурсів.</p> <p>7.Реалізація продукція зі складів посередників за замовленнями споживачів. Організація закупівлі і реалізації продукції на промислових ярмарках, аукціонах, шляхом комісійної та біржової торгівлі.</p> <p>8.Організація послуг споживачам з підготовки продукції до виробничого споживання, централізованої доставки тощо.</p> <p>9.Планування і нормування обсягу і структури товарних запасів і посередницьких послуг.</p>		
6	<p><b>Активи посередницьких організацій і система розрахунків</b></p> <p>1.Сутність оборотних засобів та їх значення і роль комерційній діяльності. Склад і структура оборотних засобів.</p> <p>2.Власні і позичкові оборотні засоби: їх сутність, відмінності, ефективність використання.</p> <p>3.Джерела формування власних оборотних засобів.</p> <p>4.Оборотність оборотних засобів та її показники. Методи визначення показників оборотності.</p> <p>5.Основні методи визначення потреби в оборотних засобах.</p> <p>6.Основні форми грошових розрахунків посередницьких організацій з партнерами. Платіжна дисципліна та матеріальна і правова відповідальність за її порушення.</p> <p>7.Управління основним капіталом.</p>	3	1
7	<p><b>Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування</b></p> <p>1.Сутність витрат обігу, їх склад і структура. Розподіл витрат обігу на чисті та додаткові. Абсолютні та відносні витрати обігу. Перемінні та умовно-постійні витрати.</p> <p>2.Основні чинники, що визначають рівень і структуру витрат обігу.</p> <p>3.Планування витрат обігу. Методи визначення планових витрат за окремими статтями.</p> <p>4.Рівень витрат на транспортування продукції, додаткові послуги.</p> <p>5.Аналіз та оцінка результатів комерційної діяльності посередницьких організацій. Шляхи скорочення витрат обігу.</p> <p>6.Категорія собівартості. Калькуляція собівартості окремих видів послуг. Склад і зміст статей калькуляції, методи їх визначення. Способи віднесення непрямих витрат на калькуляційні одиниці.</p>	3	1
8	<p><b>Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій</b></p> <p>1.Ціноутворюючі чинники і засади формування цін на послуги посередницьких організацій.</p> <p>2.Установлення попередньої ціни на продукцію, можливих надбавок та знижок. Порівняння її з цінами на аналогічну продукцію інших виробників.</p> <p>3.Система цін та тарифів на послуги посередників: складські націнки до цін виробників, знижки з цін виробників, ціни на додаткові послуги.</p> <p>4.Вимоги до установлення цін і тарифів.</p>	3	1

	5.Методика визначення рівня складських націнок на продукцію. Методи визначення цін на додаткові послуги. 6.Способи установлення відпускних цін на продукцію. 7.Договірні ціни і порядок їх узгодження. 8.Доходи і прибуток від посередницької діяльності. Механізм формування прибутку.		
<b>Усього годин</b>		<b>20</b>	<b>4</b>

### 8. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
	Не передбачено планом		

### 9. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
	Не передбачено планом		

### 10. Теми самостійних занять

№ пп	Назва теми дисципліни	Кількість годин	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1	Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій	11	15
2	Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними	11	15
3	Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги	11	14
4	Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників	11	14
5	Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	9	13
6	Активи посередницьких організацій і система розрахунків	9	13
7	Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування	9	13
8	Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій	9	13
<b>Всього</b>		<b>80</b>	<b>110</b>

## 11. Завдання для самостійної роботи

### **Тема 1. Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій**

Предмет науки "Комерційна діяльність посередницьких організацій". Методи його вивчення. Зв'язок курсу з іншими дисциплінами навчального плану.

Модель товарного ринку. Ринок товарів (послуг) і споживач.

Розподіл праці в сфері обігу і об'єктивна необхідність комерційного посередництва. Роль посередництва в здійсненні товарного обміну.

Сутність методології комерційної діяльності, концепція і зміст комерційної діяльності. Основні задачі і функції посередників в ринкових умовах. Системний підхід до організації комерційної діяльності.

Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності.

Економічні умови посередництва, взаємовигідного для виробників і споживачів.

### **Тема 2. Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними**

Форми і відносини власності посередницьких організацій в умовах ринку.

Основні організаційно-правові форми функціонування посередницьких організацій.

Принципи і методи управління комерційною діяльністю посередницьких організацій.

Завдання і сутність управління посередницькими організаціями.

Функції і організаційні структури управління посередницькими організаціями.

Інформація в управлінні комерційною діяльністю: джерела, методи обробки, комп'ютерні технології, захист комерційної інформації.

### **Тема 3. Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги**

Зміст і методи дослідження ринку товарів.

Вивчення попиту споживачів і методи його прогнозування.

Якість і споживацька оцінка товарів на ринку.

Короткостроковий та довгостроковий попит на продукцію, їх особливості і відмінності та чинники, що впливають на їх формування.

Мета та методи визначення короткострокового попиту, джерела інформації.

Мета та методи визначення довгострокового попиту, джерела інформації.

Використання принципів маркетингу при дослідженні і формуванні попиту.

### **Тема 4. Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників**

Товарозабезпечення та комерційні зв'язки.

Сутність комерційних зв'язків посередників з продавцями та покупцями продукції і додаткових послуг, критерії і вимоги щодо установаження таких зв'язків.

Короткострокові та довгострокові зв'язки, їх особливості та відмінності, умови установаження. Основні переваги довгострокових зв'язків.

Правові засади закріплення комерційних зв'язків: комерційні та контрактні угоди.

Структура і зміст договорів закупівлі продукції, її продажу та надання додаткових послуг. Взаємні зобов'язання сторін. Матеріальна відповідальність за виконання договірних зобов'язань.

Порядок укладання договорів, їх розірвання та розв'язання суперечок.

Господарські ризики: основні види, оцінка рівня, запобігання і страхування.

### **Тема 5. Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг**

Джерела закупівлі товарів.

Установаження підприємств-виробників необхідної продукції. Їх спеціалізація та виробничі потужності. Асортимент і якість продукції, їх відповідність вимогам споживачів.

Територіальне розміщення виробників. Наявність шляхів сполучення: автомобільних, повітряних, залізницею, трубопроводних.

Критерії здійснення вигідних закупівель та їх реальних можливостей. Методи вибору комерційно вигідних закупівель.

Засади організації закупівель продукції та її реалізації споживачам.

Формування товарних ресурсів для реалізації за обсягом, структурою, асортиментом і якістю.

Складання та подання попередніх замовлень на виробництво продукції за укладеними договорами.

Прямі закупівлі товарів у виробників. Пошук додаткових товарних ресурсів.

Виявлення, закупівля чи прийняття на комісію матеріалів та виробів, що не використовуються споживачами, а також зайвих запасів.

Реалізація продукція зі складів посередників за замовленнями споживачів.

Організація закупівлі і реалізації продукції на промислових ярмарках, аукціонах, шляхом комісійної та біржової торгівлі.

Організація послуг споживачам з підготовки продукції до виробничого споживання, централізованої доставки тощо.

Засади управління товарними запасами. Планування і нормування обсягу і структури товарних запасів і посередницьких послуг.

### **Тема 6. Активи посередницьких організацій і розрахунків**

Активи посередницьких організацій: оборотний і основний капітал.

Сутність оборотних активів та їх роль в організації комерційної діяльності.

Склад і структура оборотних активів.

Власні і позичкові оборотні активи: їх сутність, відмінності, ефективність використання.

Джерела формування власних оборотних активів.

Оборотність оборотних активів та її показники. Методи визначення показників оборотності.

Визначення потреби в оборотних активах.

Основний капітал: структура, визначення потреби, процес управління.

Основні форми грошових розрахунків посередницьких організацій з партнерами. організація розрахунків. Платіжна дисципліна та матеріальна і правова відповідальність за її порушення.

### **Тема 7. Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування**

Сутність витрат обігу, їх склад і структура. Розподіл витрат обігу на чисті та додаткові.

Абсолютні та відносні витрати обігу. Перемінні та умовно-постійні витрати.

Основні чинники, що визначають рівень і структуру витрат обігу.

Планування витрат обігу. Методи визначення планових витрат за окремими статтями.

Рівень витрат на транспортування продукції, додаткові послуги.

Аналіз та оцінка результатів комерційної діяльності посередницьких організацій.

Шляхи скорочення витрат обігу.

Категорія собівартості. Калькуляція собівартості окремих видів послуг. Вибір калькуляційних одиниць. Склад і зміст статей калькуляції, методи їх визначення. Способи віднесення непрямих витрат на калькуляційні одиниці.

### **Тема 8. Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій**

Ціноутворюючі чинники і засади формування цін на послуги посередницьких організацій.

Установлення попередньої ціни на продукцію, можливих надбавок та знижок. Порівняння її з цінами на аналогічну продукцію інших виробників.

Система цін та тарифів на послуги посередників: складські націнки до цін виробників, знижки з цін виробників, ціни на додаткові послуги.

Вимоги до установлення цін і тарифів. Обґрунтовані ціни – умова відшкодування витрат посередників та одержання прибутку.

Взаємовигідні ціни на послуги як стимул продажу-купівлі продукції та надання додаткових послуг.

Методика визначення рівня складських націнок на продукцію.

Методи визначення цін на додаткові послуги.

Способи установлення відпускних цін на продукцію.

Договірні ціни і порядок їх узгодження.

Доходи і прибуток від посередницької діяльності, Механізм формування прибутку.

Планування податкових платежів.

Забезпечення ефективності комерційних угод.

### **Теми рефератів та наукових досліджень**

1. Модель товарного ринку.
2. Ринок товарів (послуг) і споживач.
3. Розподіл праці в сфері обігу.
4. Об'єктивна необхідність комерційного посередництва.
5. Роль посередницької діяльності в здійсненні товарного обміну.
6. Методологія і концепція комерційної діяльності посередницьких організацій в ринкових умовах.
7. Зміст та основні задачі комерційної діяльності посередницьких організацій в ринкових умовах.
8. Функції комерційної діяльності посередницьких організацій.
9. Системний підхід до організації комерційної діяльності.
10. Чинники, які впливають на розвиток комерційної діяльності.
11. Економічні умови посередництва, взаємовигідного для виробників і споживачів.
12. Використання принципів маркетингу у процесі посередницької діяльності.
13. Сутність управління посередницькою діяльністю.
14. Характеристика принципів управління комерційною діяльністю посередницьких організацій.
15. Основні методи управління комерційною діяльністю посередницьких фірм.
16. Функції управління посередницькими організаціями: їх зміст, завдання і характеристика.
17. Операційний цикл і операційний менеджмент у посередницькій діяльності.
18. Засади застосування бенчмаркінгу до управління комерційною діяльністю посередницьких фірм.
19. Основи етики комерційної діяльності посередників.
20. Психологія комерційної діяльності посередницьких організацій.
21. Форми і відносини власності посередницьких організацій у ринкових умовах.
22. Основні організаційно-правові форми функціонування посередницьких організацій.
23. Засади формування організаційної структури управління посередницькою фірмою.
24. Характеристика основних форм посередницьких організацій.
25. Організаційні форми гуртової і роздрібною торгівлі.
26. Характеристика основних організаційних структур управління комерційними фірмами.
27. Інформація в управлінні комерційною діяльністю.
28. Основи інформаційного забезпечення комерційної діяльності посередників.
29. Інформаційні технології в посередницькій діяльності.
30. Електронний бізнес у посередницькій діяльності.
31. Засади захисту комерційної інформації.
32. Сутність оборотних активів та їх значення і роль комерційній діяльності. Склад і структура оборотних активів.
33. Власні і позичкові оборотні активи: їх сутність, відмінності, ефективність використання.
34. Джерела формування власних оборотних активів.
35. Оборотність оборотних активів, її показники та методи визначення.
36. Методи визначення потреби в оборотних активах.
37. Основний капітал: структура і методи визначення потреби в ньому.
38. Основні форми грошових розрахунків посередницьких організацій з партнерами.

39. Платіжна дисципліна та матеріальна і правова відповідальність за її порушення.
40. Сутність витрат обігу посередницьких організацій, їх склад і структура.
41. Класифікація витрати обігу посередницьких організацій.
42. Основні чинники, що визначають рівень і структуру витрат обігу посередницьких організацій.
43. Планування витрат обігу і методи їх визначення.
44. Рівень витрат на транспортування продукції і додаткові послуги.
45. Аналіз та оцінка результатів комерційної діяльності посередницьких організацій.
46. Шляхи скорочення витрат обігу.
47. Категорія собівартості послуг посередницьких організацій та її калькуляція.
48. Способи віднесення непрямих витрат на калькуляційні одиниці.
49. Ціноутворюючі чинники і засади формування цін на послуги посередницьких організацій.
50. Методи установлення попередньої ціни на продукцію, можливих надбавок та знижок.
51. Система цін та тарифів на послуги посередників.
52. Вимоги до установлення цін і тарифів.
53. Взаємовигідні ціни на послуги як стимул продажу-купівлі продукції та надання додаткових послуг.
54. Методика визначення рівня складських націнок на продукцію.
55. Методи визначення цін на додаткові послуги.
56. Способи установлення відпускних цін на продукцію.
57. Договірні ціни і порядок їх узгодження.
58. Механізм формування прибутку від комерційної діяльності.
59. Методи забезпечення ефективності комерційних угод.
60. Основні чинники, які заважають подальшому розвитку комерційно-посередницької діяльності в Україні.
61. Шляхи створення умов для розвитку комерційної діяльності в економіці України.
62. Напрямки розвитку комерційно-посередницької діяльності в економіці України.
63. Державна антимонопольна політика щодо посередництва.
64. Демонополізація сфери обігу і створення конкурентних засад функціонування посередницьких організацій.
65. Забезпечення функціонування різних форм власності в комерційній діяльності.
66. Дерегулювання підприємницької діяльності посередників.
67. Розвиток ринкової інфраструктури: товарних бірж, торгових домів, ярмарків та аукціонів.
68. Оптимальна концентрація комерційної діяльності посередників і їх раціональне територіальне розміщення.
69. Особливості науково-технічного та організаційного розвитку та вдосконалення комерційної діяльності посередницьких організацій.
70. Електронне посередництво в Україні.
71. Забезпечення економічної безпеки посередницьких організацій.

## **12. Питання для підготовки до підсумкового контролю (заліку)**

1. Предмет, завдання та зміст курсу "Комерційна діяльність посередницьких організацій".
2. Модель товарного ринку.
3. Ринок товарів (послуг) і споживач.
4. Розподіл праці в сфері обігу і об'єктивна необхідність комерційного посередництва.
5. Роль посередництва в здійсненні товарного обміну.
6. Сутність методології комерційної діяльності, концепція і зміст комерційної діяльності.

7. Основні задачі і функції посередників в ринкових умовах.
8. Системний підхід до організації комерційної діяльності.
9. Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності.
10. Економічні умови посередництва, взаємовигідного для виробників і споживачів.
11. Форми і відносини власності посередницьких організацій в умовах ринку.
12. Основні організаційно-правові форми функціонування посередницьких організацій.
13. Принципи і методи управління комерційною діяльністю посередницьких організацій.
14. Завдання і сутність управління посередницькими організаціями.
15. Функції і організаційні структури управління посередницькими організаціями.
16. Інформація в управлінні комерційною діяльністю: джерела, методи обробки, комп'ютерні технології,
17. Захист комерційної інформації.
18. Зміст і методи дослідження ринку товарів.
19. Вивчення попиту споживачів і методи його прогнозування.
20. Якість і споживацька оцінка товарів на ринку.
21. Мета та методи визначення короткострокового попиту, джерела інформації.
22. Мета та методи визначення довгострокового попиту, джерела інформації.
23. Використання принципів маркетингу при дослідженні і формуванні попиту.
24. Товарозабезпечення та комерційні зв'язки.
25. Сутність комерційних зв'язків посередників з продавцями та покупцями продукції та додаткових послуг, критерії і вимоги щодо установаження таких зв'язків.
26. Короткострокові та довгострокові зв'язки, їх особливості та відмінності, умови установаження. Основні переваги довгострокових зв'язків.
27. Правові засади закріплення комерційних зв'язків: комерційні та контрактні угоди.
28. Структура і зміст договорів закупівлі продукції, її продажу та надання додаткових послуг.
29. Матеріальна відповідальність за виконання договірних зобов'язань.
30. Порядок укладання договорів, їх розірвання та розв'язання суперечок.
31. Основні джерела закупівлі товарів.
32. Установаження підприємств-виробників необхідної посередникам продукції.
33. Територіальне розміщення виробників. Наявність шляхів сполучення: автомобільних, повітряних, залізницею, трубопроводних.
34. Критерії і методи вибору вигідних закупівель та визначення їх реальних можливостей.
35. Засади організації закупівель продукції та її реалізації споживачам.
36. Методи формування товарних ресурсів для реалізації за обсягом, структурою, асортиментом і якістю.
37. Методи складання та подання попередніх замовлень на виробництво продукції за укладеними договорами.
38. Прямі закупівлі товарів у виробників. Пошук додаткових товарних ресурсів.
39. Виявлення, закупівля чи прийняття на комісію матеріалів та виробів, що не використовуються споживачами, зайвих запасів.
40. Реалізація продукція зі складів посередників за замовленнями споживачів.
41. Організація закупівлі і реалізації продукції на промислових ярмарках, аукціонах, шляхом комісійної та біржової торгівлі.
42. Організація послуг споживачам з підготовки продукції до виробничого споживання.
43. Засади управління товарними запасами. Планування і нормування обсягу і структури товарних запасів і посередницьких послуг.
44. Сутність оборотних активів посередницьких організацій та їх роль у комерційній діяльності.
45. Склад і структура оборотних активів посередницьких організацій.



46. Власні і позичкові оборотні активи посередницьких організацій: їх сутність, відмінності, ефективність використання.
47. Джерела формування власних оборотних активів посередницьких організацій.
48. Оборотність оборотних активів посередницьких організацій, її показники та методи їх визначення.
49. Методи визначення потреби в оборотних активах.
50. Основний капітал: структура і методи визначення потреби в ньому, процес управління.
51. Основні форми грошових розрахунків посередницьких організацій з партнерами.
52. Засади платіжної дисципліни та матеріальна і правова відповідальність за її порушення.
53. Сутність витрат обігу посередницьких організацій, їх склад і структура.
54. Абсолютні та відносні, перемінні та умовно-постійні витрати обігу посередницьких організацій.
55. Основні чинники, що визначають рівень і структуру витрат обігу.
56. Планування витрат обігу та методи їх визначення.
57. Структура та рівень витрат на транспортування продукції і додаткові послуги.
58. Аналіз та оцінка результатів комерційної діяльності посередницьких організацій.
59. Шляхи скорочення витрат обігу.
60. Категорія собівартості послуг посередницьких організацій та її
61. Вибір калькуляційних одиниць. Склад і зміст статей калькуляції, методи їх визначення.
62. Ціноутворюючі чинники і засади формування цін на послуги посередницьких організацій.
63. Установлення попередньої ціни на продукцію, можливих надбавок та знижок.
64. Система цін та тарифів на послуги посередників: складські націнки до цін виробників, знижки з цін виробників, ціни на додаткові послуги.
65. Вимоги до установлення цін і тарифів.
66. Взаємовигідні ціни на послуги як стимул продажу-купівлі продукції та надання додаткових послуг.
67. Методика визначення рівня складських націнок на продукцію.
68. Методи визначення цін на додаткові послуги.
69. Способи установлення відпускних цін на продукцію.
70. Договірні ціни і порядок їх узгодження.
71. Доходи і прибуток від посередницької діяльності.
72. Механізм формування прибутку. Планування податкових платежів.
73. Забезпечення ефективності комерційних угод.
74. Шляхи розвитку комерційно-посередницької діяльності.
75. Створення конкурентних засад функціонування посередницьких організацій.
76. Завершення приватизації і перехід до функціонування різних форм власності в комерційній діяльності.
77. Розвиток ринкової інфраструктури: товарних бірж, торгових домів, ярмарків та аукціонів.
78. Шляхи демонополізації сфери обігу.
79. Оптимальна концентрація комерційної діяльності посередників і їх раціональне територіальне розміщення.
80. Напрямки науково-технічного та організаційного розвитку та вдосконалення комерційної діяльності посередницьких організацій.

### 13. Методи навчання

#### *Методи навчання на лекціях:*

- вербальний метод (лекція, дискусія тощо);
- методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші);

- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо);
- інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:**

- вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (практичні, семінарські та лабораторні заняття);
- метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші);
- робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо);
- інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо);
- Дослідницький метод
- Пошуковий метод.

#### 14. Методи оцінювання

У процесі вивчення дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких організацій» використовуються такі методи оцінювання:

- для поточного контролю у вигляді *усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проєктів, творчих завдань, тощо.*
- для модульного контролю у вигляді *письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.*
- для підсумкового контролю *проведення екзамену або заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).*

#### 15. Засоби діагностики результатів навчання

Робоча програма передбачає застосування засобів діагностики результатів навчання за формами контролю знань:

- *поточний контроль* може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою.
- *модульний контроль* передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань.
- *підсумковий контроль* передбачає проведення екзамену або заліку

Завершальним етапом досягнення запланованих програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких організацій» є підсумковий контроль - диференційний залік.

#### 16. Критерії та порядок оцінювання результатів навчання

Рекомендоване оцінювання окремих видів навчальної діяльності здобувача вищої освіти:

№	Вид навчальної діяльності здобувачів вищої освіти*	Кількість балів
1.	Реферат, есе	1-4
2.	Вирішення ситуаційних завдань, розв'язання задач	1-4
3.	Індивідуальне завдання	1-4
4.	Відповідь на практичному, семінарському, лабораторному занятті	1-4
5.	Ділова гра, практичний кейс, тощо.	1-10
6.	Участь у публічних заходах (конференція, олімпіада тощо)	1-10
7.	Модульний контроль (для денної форми здобуття освіти)	1-20
8.	Контрольна робота (для заочної форми здобуття освіти)	1-50

\*види навчальної діяльності здобувачів освіти обираються та оцінюються викладачем за рекомендованою шкалою в залежності від особливостей навчальної дисципліни

Для визначення ступеня засвоєння навчального матеріалу та поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти оцінюються за такими критеріями:

Бали	Критерії оцінювання
------	---------------------

90-100	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, використовує знання інших галузей знань, вдало наводить приклади.
82-89	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять.
75-81	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами
64-74	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, проте відповідь неповна, неглибока, містить неточності, є помилки у формулюванні понять, відчуються складнощі в застосуванні знань при наведенні прикладів.
60-63	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
35-59	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
1-34	Здобувач вищої освіти не засвоїв програмний матеріал.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

#### Порядок переведення оцінок у систему ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	ОЦІНКА ECTS	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		для диференційованого заліку, екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для недиференційованого заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
64-74	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

#### 17. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

##### Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота								Підсумковий контроль	Сума	
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						Самостійна робота
T1	T2	T2	T4	T5	T6	T7	T8			
3	4	4	4	4	4	3	4	10	40	100
Модульний контроль 1 - 10				Модульний контроль 2 - 10						

##### Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50	10	40	100

#### 18. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких організацій» узагальнено в комплексі навчально-методичного забезпечення, який включає:

- силабус
- робочу програму навчальної дисципліни;
- методичні вказівки до вивчення дисципліни;
- опорний конспект лекцій;
- варіанти завдань для самостійної та індивідуальної роботи студентів;
- варіанти завдань для модульного контролю;
- варіанти завдань для підсумкового контролю;
- інші матеріали.

## 19. Рекомендована література

### Основна

1. Грищенко І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: Навч. посібник. – К.: КНУТД, 2005. – 80 с.
2. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: Навч. посібник. – К.: КНУТД, 2006. – 304 с.
3. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.
4. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Опорний конспект лекцій. – К.: Національна академія управління, 2002. - 76 с.
5. Комерційна діяльність посередницьких організацій / укладач проф. Єрмошенко М.М., доц. Костинець Ю.В./ Навчально-методичний комплекс. – К.: Національна академія управління, 2019. - 69 с
6. Маркетинг для магістрів: Навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. М.М.Єрмошенка, д.е.н., доц. С.А.Єрохіна. В 2-х т. Т.2. - К.: Національна академія управління, 2007. – 544 с.
7. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність: конспект лекцій / Укладачі О.А. Біловодська, Л.О. Сигида - Суми, Сумський державний університет, 2017. - 202 с.
8. Маркетинг: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. М.М.Єрмошенка, д.е.н., проф. С.А.Єрохіна. - К.: Національна академія управління, 2011. – 632 с.
9. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: "Дашков и К", 2013. - 500 с.
10. Бізнес-аналітика в економіці, фінансах, маркетингу та управлінні / навчальний посібник /М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, І.Ю. Штулер, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810с.
11. Грищенко І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: Навч. посібник. – К.: КНУТД, 2005. – 80 с.
12. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: Навч. посібник. – К.: КНУТД, 2006. – 304 с.
13. Єрмошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.
- Маркетинг: підручник /М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, Т.В.Серкутан, Ю.М.Неговська, Я.А.Громова, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810 с

### Допоміжна

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов / Пер. с англ. Изд. 2-е. – М.: ИНФРА-М, 1999.
2. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. – 448 с.
3. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: Навч. Посібник. – К.: Центр начальної літератури, 2006. – 780с.

4. Диксон П.Р. Управление маркетингом / Пер. с англ. – М.: ЗАО “Издательство БИНОМ”, 1998.
5. Єрмолаєва Л.А. Менеджмент попиту: прогнозування обсягів продажу за методикою статистичної кореляції // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. - №4.
6. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О. А. Менеджмент: Навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. М.М.Єрмошенка. – К.: Національна академія управління, 2006. – 656 с.
7. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О. А. Фінансовий менеджмент: Курс лекцій / За наук. ред. д.е.н., проф. М.М.Єрмошенка. – К.: Національна академія управління, 2004. – 506 с.
8. Жилинська О., Нечушкіна С. Бенчмаркінг у системі розвитку підприємств // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. - №4.
9. Комерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. О.А.Новикова, д-ра экон. наук, проф. В.В.Щербакова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999.
10. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. – 257 с.
11. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998.
12. Мазаракі А.А., Ушакова Н. М., Лігоненко Л.О. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів / Під ред. проф. Н.М.Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999.
13. Маркетинг для магістрів: Навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.
14. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник / За ред. Л.В.Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2004. – 354 с.
15. Осипова Л. В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
16. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2000.
17. Boyd H., Massey W. Marketing Management. - Mc Grow Hill, New York, 1972.
18. Hutt M.D., Speh T.W. Business marketing management. – L., 2001. – 341 p.
19. Gray E.R., Smeltzer L.R. Management. – L., 2001. – 453 p.
20. Jain P.K. Marketing management of co-operative sector in Ukraine. – J., 2001.- 591 p.
21. Park W., Zaltman G. Marketing Management. – L., 2001. - 324 p.
22. Pearson E.A. Developing Short Range Marketing Plans. - Hinsdale, Illinois, 1972.

## **20. Інформаційні ресурси**

1. Державна служба статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua/>