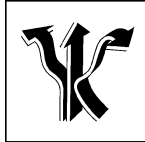


МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП



**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
дисципліни  
**“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**  
**ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ”**  
(для спеціалістів)

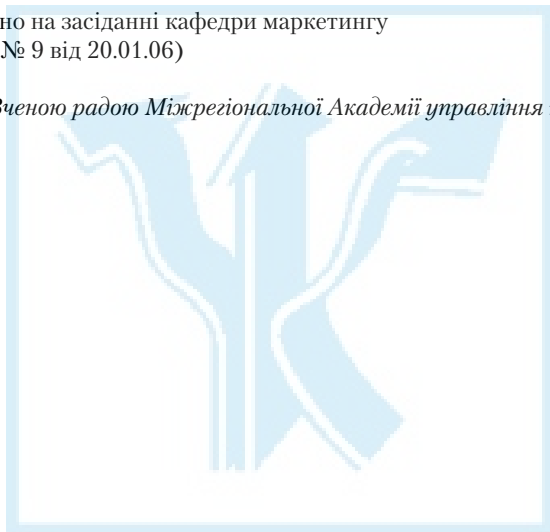
МАУП

Київ 2006

Підготовлено доцентами кафедри маркетингу *І. Ю. Кутліною*  
і *Б. А. Обриськом*

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу  
(протокол № 9 від 20.01.06)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*



**Кутліна І. Ю., Обрисько Б. А.** Навчальна програма дисципліни  
“Комерційна діяльність посередницьких підприємств” (для спеціалістів). –  
К.: МАУП, 2006. – 18 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств”, вказівки до виконання контрольної роботи, теми контрольних робіт, питання для самоконтролю, а також список літератури.

© Міжрегіональна Академія  
управління персоналом (МАУП),  
2006

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Мета вивчення дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” — опанувати знання щодо мети і змісту діяльності торгових посередників.

Завдання дисципліни: вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур з виробниками і споживачами; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності торгових посередників.

Предмет вивчення — взаємовідносини посередницьких підприємств із суб'єктами товарного ринку.

Дисципліна “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” пов'язана з такими дисциплінами, як “Маркетинг”, “Інфраструктура товарного ринку”, “Маркетингова товарна політика”.

### **ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН** *дисципліни* **“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ** **ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ”**

№ пор.	Назва змістових модулів і тем
1	2
1	<b>Змістовий модуль 1. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств</b> Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств
2	Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами
3	Формування попиту споживачів на продукцію і послуги
4	Комерційні зв'язки і договірні відносини між посередниками, умови продажу і транспортування
5	<b>Змістовий модуль 2. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств</b> Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг

1	2
6	Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств
7	<b>Змістовий модуль 3. Оцінювання господарсько-фінансової діяльності посередницьких підприємств</b> Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів
8	Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків
9	Планування витрат комерційної діяльності
10	Ціноутворення у комерційній діяльності
11	Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників
Разом годин: 135	

**ЗМІСТ**  
*дисципліни*  
**“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ”**

**Змістовий модуль 1. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств**

**Тема 1. Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств**

Сутність, мета і завдання комерційної діяльності посередницьких підприємств. Суб'єкти ринку: “комерсант”, “бізнесмен”, “посередник”, “менеджер”. Посередницькі підприємства і структури. Комерційно-посередницька діяльність. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств. Роль і завдання розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі. Методологічні основи комерційної діяльності посередницького підприємства. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг. Управління формуванням і розвитком цільових ринків.

Етичні норми у комерційному посередництві.

*Література:* основна [1–3];  
додаткова [13; 17; 28; 29]

## ***Тема 2. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами***

Цілі, завдання і зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків. Інфраструктура товарного ринку. Технологічна послідовність проведення досліджень. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку. Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень за результатами кон'юнктурних досліджень. Вибір методів збирання, систематизації та аналізу даних досліджень. Дослідження зовнішнього середовища, посередницьких підприємств. Дослідження конкурентів і визначення їхніх позицій. Вивчення намірів і уподобань споживачів. Визначення факторів успішності товарів на ринку. Визначення кон'юнктури товарного ринку.

*Література:* основна [1–3];  
додаткова [7; 15]

## ***Тема 3. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги***

Комерційно-посередницька діяльність у сфері товарного обігу. Методи побудови і здійснення комерційно-посередницької діяльності в торговому підприємстві. Поєднання попиту і пропозиції в торгово-посередницькій діяльності. Торговий капітал і торговий прибуток у посередницькій діяльності. Сукупна пропозиція і сукупний попит. Заощадження і нагромадження. Формування платоспроможного попиту на продукцію і послуги. Товарно-асортиментна політика та її складові. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту з урахуванням потреб ринку. Роль маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки. Інтегровані маркетингові комунікації та їх роль у формуванні попиту споживачів товарів і послуг.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [7; 12; 26; 29]

## ***Тема 4. Комерційні зв'язки і договірні відносини між посередниками, умови продажу і транспортування***

Сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності. Комерційні

зв'язки у сфері товарного обігу і послуг. Загальні принципи договірних відносин і контрактної політики в посередницькій діяльності. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у комерційно-посередницьких угодах: постачання, надання посередницьких послуг, комісії, консигнації, франчайзингу. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору.

*Література:* основна [1–3];  
додаткова [13; 16; 17; 22; 29; 32; 33]

## **Змістовий модуль 2. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств**

### ***Тема 5. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг***

Сутність, роль і зміст закупівельної роботи. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів. Класифікація постачальників. Організація договірних відносин з постачальниками товарів. Контроль та облік надходження товарів від постачальників. Оптові ярмарки (виставки) та їх роль у закупівлі товарів.

Система державних закупівель в Україні. Організація процесу і принципи державних закупівель. Основні положення і вимоги Закону України “Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти” від 22 лютого 2000 р. Типи закупівель і вибір процедури. Формування та організація діяльності тендерного комітету. Розробка, структура, порядок надання тендерної документації. Оцінка тендерних пропозицій. Укладення контракту та умови його виконання. Торгівля на аукціонах і торгах.

Сутність, роль і зміст комерційно-посередницької діяльності з продажу товарів і послуг. Організація комерційної роботи з оптового і роздрібного продажу товарів. Види, форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [19; 25; 29]

### ***Тема 6. Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств***

Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств. Склади і складські комплекси, їх роль

у забезпеченні ефективної діяльності комерційно-посередницьких підприємств. Інвестиційно-інноваційна політика як основа формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів. Умови успішного вирішення логістичних завдань торгово-посередницької діяльності.

Інформатизація комерційно-посередницької діяльності. Комп'ютери, програмне забезпечення і мережеві технології, їх використання у посередницькій діяльності. Бази даних. Використання сучасних засобів телекомунікацій у формуванні і розвитку фінансово-господарських зв'язків посередницьких підприємств. Інтерактивні засоби торгового посередництва. Технології та засоби Інтернету та електронні магазини в посередницькій діяльності.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [7; 8; 12; 26; 29]

### **Змістовий модуль 3. Оцінювання господарсько-фінансової діяльності посередницьких підприємств**

#### ***Тема 7. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів***

Комплексна модель оцінювання техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур. Основні блоки моделі: оцінка стану основних фондів і матеріально-технічної бази підприємства, макроекономічна оцінка підприємства з урахуванням її положення на ринку, факторний аналіз основних показників комерційної діяльності. Застосування теорії опціонів у практиці оцінки бізнесу. Особливості оцінки техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування.

Система показників аналізу ефективності обслуговування споживачів. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [18; 20]

#### ***Тема 8. Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків***

Обігові кошти комерційно-посередницьких підприємств. Сутність, склад і структура обігових коштів. Джерела утворення обіго-

вих коштів. Нормування обігових коштів і засобів. Показники використання обігових коштів. Методи оплати посередницьких послуг.

Форми і методи розрахунків з торгово-посередницьких операцій. Готівкова і безготівкова форми розрахунків. Розрахунки у іноземній валюті.

Кредитна політика посередницького підприємства. Фінансове і товарне кредитування.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [9; 13; 23]

### **Тема 9. Планування витрат комерційної діяльності**

Зміст, форми і методи стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства. Роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств. Визначення пріоритетності витрат при плануванні комерційної діяльності. Розробка кошторису витрат.

Бізнес-операції, їх ресурсне забезпечення з урахуванням ринкових ризиків і витрат. Бізнес-план посередницького підприємства: розрахунок можливих доходів і витрат, оцінка ринку збуту конкретних товарів і послуг, оцінка маркетингу, план реалізації, фінансовий план тощо.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [11; 23]

### **Тема 10. Ціноутворення у комерційній діяльності**

Основні принципи цінової політики в комерційній діяльності. Зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на ціноутворення. Ціноутворення на ринках різних типів. Аналіз співвідношення ціни і попиту. Витрати, ціни і пропозиції конкурентів. Встановлення ціни на нові товари. Стратегії ціноутворення. Ціноутворення в межах товарної номенклатури і товарного асортименту.

Коригування цін. Ціноутворення зі знижками та заліками. Диференційоване ціноутворення. Ціноутворення з метою стимулювання збуту. Ініціативні зміни цін.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [7; 13; 21]



## **Тема 11. Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників**

Основні напрями вдосконалення і розвитку комерційної діяльності посередників. Досвід США у підвищенні ефективності діяльності посередників-дистриб'юторів. Організація розгалуженої мережі комерційних центрів управління посередницькою діяльністю. Розширення сфери діяльності брокерських організацій.

Впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами. Бази комерційних даних. Сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг.

Електронна комерція та електронна торгівля.

*Література:* основна [1–3]  
додаткова [7; 8; 12; 13; 21; 30]

### **ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Для глибокого, творчого засвоєння основних питань дисципліни студент під керівництвом викладача вибирає тему контрольної роботи і виконує її у вигляді реферату. За узгодженням з керівником курсу, студент може вибрати й затвердити на кафедрі свою тему поза переліком тем контрольних робіт.

Контрольну роботу студенти виконують на аркушах формату А4 обсягом щонайбільше 10 сторінок. На титульній сторінці слід вказати назву закладу освіти; тему контрольної роботи; своє прізвище, ім'я та по батькові; номер спеціальності, групи і залікової книжки; місто і рік.

Висвітлюючи тему, слід користуватися теоретичними і практичними матеріалами з власного досвіду та різних джерел інформації, а також рекомендованою літературою. Тема повинна бути розкрита в повному обсязі і логічній послідовності.

Наприкінці контрольної роботи необхідно навести список використаної літератури, поставити дату і підпис.

### **ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ**

1. Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств.
2. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств.
3. Управління формуванням розвитком цільових ринків.

4. Інфраструктура товарного ринку.
5. Фактори успіху товарів на ринку.
6. Визначення кон'юнктури товарного ринку.
7. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами.
8. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку.
9. Комерційно-посередницька діяльність у сфері товарного обігу.
10. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги.
11. Комерційні зв'язки у сфері товарного обігу і послуг.
12. Договірні відносини посередників.
13. Умови продажу і транспортування товарів.
14. Організація закупівель товарів посередниками.
15. Організація реалізації товарів посередниками.
16. Система державних закупівель в Україні.
17. Оптові ярмарки-виставки.
18. Торгівля на аукціонах і торгах.
19. Організація біржової торгівлі.
20. Лізингові операції.
21. Факторинг: поняття, сфера застосування.
22. Організація надання послуг посередницькими підприємствами.
23. Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств.
24. Інформація комерційно-посередницької діяльності.
25. Методи оцінювання техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств.
26. Ефективність обслуговування споживачів посередниками.
27. Обігові кошти комерційно-посередницьких підприємств.
28. Організація розрахунків у комерційно-посередницької діяльності.
29. Кредитна політика посередницького підприємства.
30. Планування витрат комерційної діяльності.
31. Бізнес-план посередницького підприємства.
32. Ціноутворення в комерційній діяльності посередників.
33. Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників в Україні.
34. Досвід зарубіжних країн у підвищенні ефективності діяльності посередників.
35. Діяльність брокерських організацій.

36. Франчайзинг як сучасна форма активізації комерційно-посередницької діяльності.
37. Електронна комерція.
38. Інформаційні технології в комерційній діяльності посередницьких підприємств.
39. Електронна торгівля.
40. Ефективність діяльності посередників-дистриб'ютерів.

### ***ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ***

1. Сутність, мета і завдання комерційної діяльності посередницьких підприємств.
2. “Комерсант”, “бізнесмен”, “посередник”, “менеджер” як суб'єкти посередницької діяльності.
3. Основні принципи комерційно-посередницької діяльності.
4. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств.
5. Фактори, що впливають на формування і розвиток комерційного посередництва.
6. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг.
7. Роль і завдання розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі.
8. Методологічні основи комерційної діяльності посередницького підприємства.
9. Цілі, завдання і зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків.
10. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку.
11. Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень у посередницькій діяльності.
12. Дослідження конкурентів і визначення їхньої позиції на товарному ринку.
13. Визначення кон'юнктури товарного ринку.
14. Поєднання попиту і пропозиції в торгово-посередницькій діяльності. Сукупна пропозиція і сукупний попит.
15. Заощадження і нагромадження капіталу, їх роль у формуванні попиту.
16. Комерційно-посередницька діяльність у сфері товарного обігу.
17. Методи побудови і здійснення комерційно-посередницької діяльності в торговому підприємстві.

18. Формування платоспроможного попиту на продукцію і послуги.
19. Товарно-асортиментна політика, її складові.
20. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту з урахуванням потреб ринку.
21. Роль маркетингу у створенні ефективної системи просування товарів на цільові ринки.
22. Інтегровані маркетингові комунікації та їх роль у формуванні попиту споживачів товарів і послуг.
23. Сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності.
24. Комерційні зв'язки у сфері товарного обігу і послуг.
25. Загальні принципи договірних відносин і контрактної політики в посередницькій діяльності.
26. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків в угоді про надання посередницьких послуг.
27. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування в договорі комісії.
28. Визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у договорі консигнації.
29. Визначення і формування умов ліцензування, продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків у пакеті угод про франчайзинг.
30. Що таке "договірна зона"? Сутність необхідності визначення договірної зони в угоді консигнації.
31. Відмінності в умовах договору комісії і договору консигнації.
32. Організація закупівель у комерційно-посередницькій діяльності. Сутність, роль і зміст закупівельної роботи.
33. Організація реалізації продукції в комерційній діяльності посередницького підприємства.
34. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів.
35. Організація договірних відносин з постачальниками товарів.
36. Контроль та облік надходження товарів від постачальників.
37. Оптові ярмарки, їх роль у закупівлі товарів.
38. Оптові продовольчі ринки, їх роль у закупівлі товарів.
39. Типи закупівель та вибір процедури здійснення операції закупівлі.
40. Організація процесу і принципи державних закупівель.

41. Основні положення і вимоги Закону України “Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти” від 22 лютого 2000 р.
42. Формування та організація діяльності тендерного комітету.
43. Розробка, структура, порядок надання тендерної документації.
44. Оцінка й прийняття рішень щодо тендерних пропозицій.
45. Укладення контракту з переможцем тендера та умови його виконання.
46. Сутність, роль і зміст комерційно-посередницької діяльності з продажу товарів.
47. Види, форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.
48. Організація комерційної роботи з оптового і роздрібного продажу товарів.
49. Форми і методи посередницької діяльності на ринку товарів і послуг.
50. Торгівля на аукціонах і торгах.
51. Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств.
52. Склади і складські комплекси, їх роль у забезпеченні ефективної діяльності комерційно-посередницьких підприємств.
53. Інвестиційно-інноваційна політика як основа формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств.
54. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів у комерційно-посередницькій діяльності.
55. Умови успішного вирішення логістичних завдань торгово-посередницької діяльності.
56. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності.
57. Комп’ютери, програмне забезпечення, мережеві технології та їх використання у посередницькій діяльності.
58. Використання сучасних засобів телекомунікацій у формуванні і розвитку фінансово-господарських зв’язків посередницьких підприємств.
59. Інтерактивні засоби комерційного посередництва.
60. Технології Інтернету та електронні магазини в посередницькій діяльності.
61. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств.

62. Методи оцінювання показників ефективності обслуговування споживачів
63. Комплексна модель оцінки техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур.
64. Методи оцінювання стану основних фондів комерційно-посередницького підприємства.
65. Макроекономічна оцінка комерційно-посередницького підприємства з урахуванням його становища на ринку.
66. Особливості оцінювання техніко-економічного рівня підприємства з метою інвестування.
67. Система показників аналізу ефективності обслуговування споживачів.
68. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.
69. Обігові кошти комерційно-посередницьких підприємств.
70. Сутність, склад і структура обігових коштів комерційно-посередницьких підприємств.
71. Джерела утворення обігових коштів комерційно-посередницьких підприємств.
72. Нормування обігових коштів і засобів комерційно-посередницьких підприємств.
73. Показники використання обігових коштів комерційно-посередницьких підприємств.
74. Форми і методи розрахунків у здійсненні торгово-посередницьких операцій.
75. Готівкова і безготівкова форми розрахунків у посередницьких торговельних операціях.
76. Форми і методи оплати посередницьких послуг.
77. Кредитна політика посередницького підприємства.
78. Фінансове і товарне кредитування в комерційній діяльності посередницьких підприємств.
79. Зміст, форми і методи стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства.
80. Роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств.
81. Основні принципи цінової політики в комерційній діяльності.
82. Зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на ціноутворення в посередницькій діяльності.
83. Стратегії ціноутворення в комерційній діяльності посередницьких підприємств.

84. Ціноутворення на ринках різних типів та аналіз співвідношення ціни і попиту.
85. Ціноутворення у межах товарної номенклатури і товарного асортименту.
86. Ціноутворення зі знижками та заліками, ціноутворення з метою стимулювання збуту в діяльності комерційно-посередницьких підприємств.
87. Основні напрями удосконалення і розвитку комерційної діяльності посередників.
88. Організація розгалуженої мережі комерційних центрів управління посередницькою діяльністю.
89. Впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами.
90. Сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

#### *Основна*

1. *Осіпова Л. В., Синяєва І. М.* Основы коммерческой деятельности. — М.: ЮНИТИ, 2000.
2. *Панкратов Ф. Г., Серьогіна Т. К.* Комерційна справа: Навч. посіб. для вузів. — Рівне: Вертекс, 2001. — 352 с.
3. *Половцева Ф. П.* Коммерческая деятельность: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2001.

#### *Додаткова*

4. Закон України “Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти” від 22.02.2000.
5. Закон України “Про підприємництво” від 07.02.91.
6. Закон України “Про підприємства в Україні” від 27.03.91.
7. *Армстронг Гарі, Котлер Філіп.* Маркетинг. Загальний курс. Діалектика. — К., 2001.
8. *Балабанов І. Т.* Электронная коммерция. — СПб.: Питер, 2001.
9. *Бланк І. А.* Торговий менеджмент. — К.: УФМБ, 1997.
10. *Бланк І. А.* Торгово-посередницьке підприємництво. — К., 1992.
11. *Бухалков М. І.* Внутрифирменное планирование. — М.: ИНФРА-М, 2000.

12. *Вовчак І. С.* Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. — Тернопіль: Карт-бланш, 2001.
13. *Воротіна Л. І. та ін.* Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2001.
14. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг. — К.: Либра, 2001.
15. *Голубков Е. П.* Маркетинговые исследования. — М.: Финпресс, 1998.
16. *Гордон М. П., Карнаухов С. Б.* Логистика товародвижения. — М., 1998.
17. *Дашков Л. П.* Комерційний договір. — К.: Капрал, 1998.
18. *Есипов В. и др.* Оценка бизнеса. — СПб.: Питер, 2001.
19. *Завадский Й. С.* Менеджмент. — К.: Изд-во УФМБ, 1998.
20. *Калина А. В., Конева М. И., Яценко В. А.* Современный экономический анализ и прогнозирование. — К.: МАУП, 1998.
21. *Котлер Филипп и др.* Основы маркетинга. — М., 1998.
22. *Луць В. В.* Контракти у підприємницькій діяльності. — К.: Юрінком Інтер, 1999.
23. *Макаровська Т. П., Бондар Н. М.* Економіка підприємства. — К.: МАУП, 2003.
24. *Мартьяненко Н. М.* Менеджмент фірми. — К.: Леся, 1995.
25. *Морозов В. В.* Основы закупівель товарів, робіт та послуг в проектах. — К: Таксон, 2003.
26. *Нагапетьяниц Н. А.* Прикладной маркетинг. — М.: ЮНИТИ, 2000.
27. *Немицов В. Д. та ін.* Менеджмент організацій. — К.: УВПК “ЕксОб”, 2001.
28. *Неруш Ю. М.* Коммерческая логистика. — М.: ЮНИТИ, 1997.
29. *Обретько Б. А.* Менеджмент посередницької і біржової діяльності. — К.: МАУП, 2003.
30. *О’Шонесси Дж.* Конкурентный маркетинг. — СПб.: Питер, 2001.
31. *Саниахметова Н. О.* Підприємницьке право. — К.: А.С.К, 2000.
32. *Саниахметова Н. О.* Правовий захист підприємництва в Україні. — К.: А.С.К, 2001.
33. *Сборник систематизированного законодательства.* Посреднические операции: налоговый и бухгалтерский учет // Блиц-информ. Прил. “Бухгалтерия” к газ. “Бизнес”. — 2000. — 18 дек.
34. *Смирчинський В. В.* Управління матеріально-технічними ресурсами. — К., 1998.

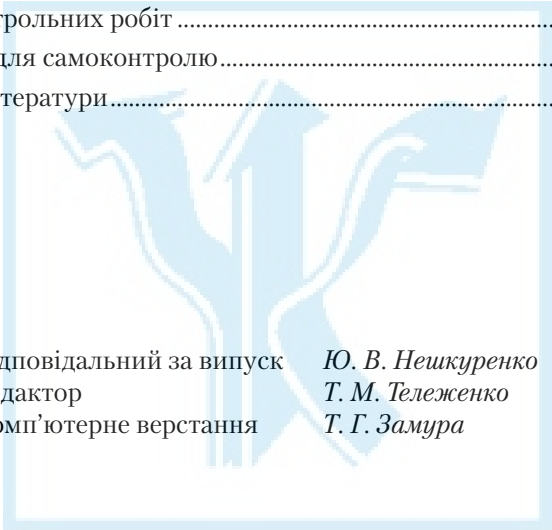


35. *Електронна комерція*: Навч. посіб. / А. М. Береза та ін. — К.: КНЕУ, 2002. — 326 с.
36. *Савощенко А. С.* Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 336 с.



## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка .....	3
Тематичний план дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” ....	3
Зміст дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” .....	4
Вказівки до виконання контрольної роботи .....	9
Теми контрольних робіт .....	9
Питання для самоконтролю.....	11
Список літератури.....	15



Відповідальний за випуск	<i>Ю. В. Нешкуренко</i>
Редактор	<i>Т. М. Тележенко</i>
Комп'ютерне верстання	<i>Т. Г. Замура</i>

**МАУП**

Зам. № ВКЦ-2540

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП