

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо забезпечення
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з дисципліни
“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ
ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ”
(для спеціалістів)

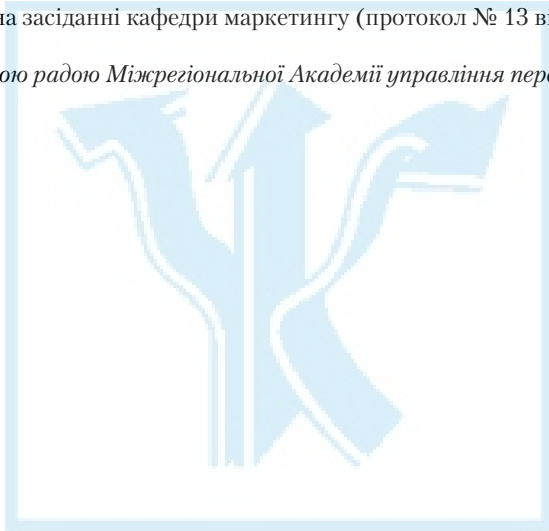
МАУП

Київ 2007

Підготовлено доцентами кафедри маркетингу *Н. Г. Салухіною* та *І. Ю. Кутліною*

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 13 від 02.03.07)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



Салухіна Н. Г., Кутліна І. Ю. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” (для спеціалістів). – К.: МАУП, 2007. – 30 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, загальні методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи, тематичний план дисципліни, рекомендації щодо підготовки наукових доповідей (рефератів), індивідуальні завдання для самостійної роботи, вказівки до самостійного вивчення окремих тем курсу, питання для самоконтролю, а також список літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2007

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Методичні рекомендації розроблені для студентів, які навчаються за напрямом підготовки “Економіка і підприємництво” професійного спрямування 7.050108 “Маркетинг”.

Знання з дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” мають важливе значення для підготовки фахівців вищої кваліфікації. Мета вивчення курсу — засвоїти знання з теорії та практики комерційної діяльності посередницьких підприємств, спрямованої на одержання конкурентних переваг шляхом кращого задоволення потреб споживачів.

Підготовка спеціалістів з високим рівнем теоретичних знань і практичних навичок, здатних до самовдосконалення і творчого пошуку, неможлива без інтенсивної самостійної роботи.

Відповідно до чинних положень про організацію навчального процесу самостійна робота студентів є однією з форм організації навчання, основною формою опанування навчального матеріалу в позааудиторний час.

Завдяки самостійній роботі студенти повинні:

- здобути загальноосвітні та професійні знання, вміння та навички, а також виховати прагнення до навчання, внутрішню потребу постійно поповнювати та оновлювати власні знання;
- сформувати практичні навички організації самостійної роботи, якнайраціональнішого використання часу;
- навчитися приймати рішення, формувати конкретні завдання, визначати методи і засоби вирішення проблем, що виникають під час навчання та практики.

ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Ефективність самостійної роботи значною мірою залежить від її організації.

Самостійна робота студентів здійснюється в різних формах і передбачає:

- опрацювання теоретичних засад, роботу з навчальними літературними джерелами (підручниками, навчальними посібниками, конспектами лекцій);

- самостійне вивчення окремих тем згідно з робочою програмою;
- написання конспекту при самостійному опрацюванні теми (пропущеної лекції) або її окремих питань;
- вивчення та конспектування спеціальної літератури, де висвітлюються проблеми, наукові розробки та досвід підприємств щодо комерційної діяльності в Україні та інших країнах;
- підготовку до виступу на семінарі з певної теми;
- виконання індивідуальних завдань з подальшим обговоренням результатів на семінарських заняттях;
- написання рефератів, оглядів літератури з найактуальніших проблем маркетингу;
- систематику опанованого матеріалу перед іспитом (заліком) чи іншим підсумковим випробуванням.

Особливу увагу слід приділити вивченню законодавчих і нормативних документів.

З ініціативи студента проводяться позапрограмані заняття з творчим осмисленням проблематики курсу. За їх підсумками здійснюється:

- підготовка публікацій, доповідей на конференції, науково-методичні семінари кафедри;
- виконання індивідуальних завдань, пов'язаних із розробкою кафедральних науково-дослідних тем, підготовкою викладачем монографії тощо.

При цьому передбачаються групові та індивідуальні консультації.

З метою своєчасного виконання завдань студент повинен ретельно спланувати самостійну роботу, визначити термін збирання та опрацювання інформації, аналізу та оформлення результатів роботи.

Ефективність самостійної роботи студентів досягається за допомогою реалізації принципів наукової організації праці, вміння здійснювати пошук необхідної інформації в каталогах бібліотек, за допомогою мережі Інтернет, на підприємствах з використанням різних методів виконання наукових досліджень.

Результати самостійної роботи оцінюються і враховуються при поточній і семестровій атестації успішності студентів.

Контроль самостійної роботи здійснюється як під час аудиторних занять, так і в позааудиторний час відповідно до плану-графіка, за часом доведеного до відома студентів.

Методи контролю знань студентів:

- опитування на семінарських і практичних заняттях та індивідуальних консультаціях;
- тестування (у комп'ютерному класі та письмово);
- розв'язання задач;
- рецензування результатів аналізу, методик і рекомендацій, що розроблялися студентами при виконанні індивідуальних завдань у позааудиторний час, презентація їх на проблемних семінарах або захист під час індивідуальних консультацій;
- презентація рефератів;
- усний іспит (відповіді на два теоретичних питання і 10 тестів, розв'язання ситуаційної задачі).

Критерії оцінювання при усних відповідях:

- повнота розкриття питання;
- логіка викладу, культура мови;
- емоційність і переконливість;
- використання основних і додаткових літературних джерел (підручників, навчальних посібників, журналів та ін.);
- аналітичні міркування, вміння робити порівняння, висновки.

При виконанні письмових завдань враховуються:

- повнота розкриття питання;
- цілісність, системність, логічна послідовність, вміння формулювати висновки;
- акуратність оформлення роботи;
- підготовка матеріалу за допомогою комп'ютерної техніки, різних технічних засобів (плівок, слайдів, схем тощо).

Загальна оцінка з поточної навчальної роботи студента протягом семестру враховує **аудиторні заняття (60 %) і самостійну роботу (40 %)**.

Розрізняються три рівні знань студентів:

I – студент опанував навчальний матеріал на репродуктивному рівні або частково;

II – студент опанував навчальний матеріал у повному обсязі, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формулювання висновків, порівняння теоретичних знань із практичними прикладами;

III – студент вільно володіє навчальним матеріалом на основі вивченої основної та додаткової літератури, аргументовано висловлює думки, виявляє творчий підхід до виконання індивідуальних і колективних завдань під час самостійної роботи.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ
ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ”

№ пор.	Назва змістового модуля і теми	Кількість годин, з них					Примітка
		Лекції (Л)	Семинарські заняття (С.З.)	Практичні заняття (П.З.)	Індивідуальна консультативна робота (ІКР)	Самостійна робота (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7	8
	Змістовий модуль І. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств						
1	Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	2			2	
2	Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами	6	2			4	У, Пк
3	Формування попиту споживачів на продукцію і послуги	6	2			4	У, Пк

1	2	3	4	5	6	7	8
	Змістовий модуль II. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств						
4	Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування	6	2	2		4	
5	Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	6	2	2		6	Т
6	Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств	6	2			5	СР, У
	Змістовий модуль III. Оцінювання господарсько- фінансової діяльності посередницьких підприємств						
7	Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів	6	2	2		5	У, Т
8	Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків	4	2			4	У, Т
9	Планування витрат комерційної діяльності	6	2	2		5	СР, У
10	Ціноутворення в комерційній діяльності посередників	6	2			4	У
11	Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників	4	2			2	
Разом годин		60	22	8		45	

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ (РЕФЕРАТИВ)

Під час вивчення дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” кожний студент на основі опрацювання літературних джерел, законодавчої та нормативної бази, аналізу статистичної інформації повинен підготувати доповідь (реферат) за однією з найактуальніших проблем комерційної діяльності посередницьких підприємств. Матеріал реферату після рецензування і доопрацювання (у разі потреби) доповідається на семінарі з відповідної теми і обговорюється студентами групи.

РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ (РЕФЕРАТИВ)

1. Розвиток ринкових відносин в Україні як середовища функціонування посередницьких підприємств.
2. Сутність соціальної ринкової економіки.
3. Роль посередницьких підприємств в економіці, підвищення їх конкурентоспроможності.
4. Еволюція поглядів на сутність комерційної діяльності. Розвиток комерційної діяльності в Україні.
5. Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств.
6. Чинники впливу на формування і розвиток комерційного посередництва.
7. Методологічні засади комерційної діяльності посередницького підприємства.
8. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку.
9. Визначення кон'юнктури та місткості ринку.
10. Роль комерційної інформації для прийняття рішень у посередницькій діяльності.
11. Комерційно-посередницька діяльність у сфері товарообігу.
12. Формування платоспроможного попиту на продукцію і послуги.
14. Посередницькі підприємства і структури.
15. Види торговельно-посередницької діяльності та основні типи торговельних посередників.
16. Організаційно-правова форма підприємницької діяльності.
17. Етапи створення посередницького підприємства.
18. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг.

19. Етичні норми в комерційному посередництві.
20. Сучасні підходи до організації продажу товарів.
21. Лізинг як форма реалізації та збуту товарів.
22. Матеріально-технічна база і технічна політика комерційно-посередницьких підприємств.
23. Інвестиційно-інноваційна політика як основа формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств.
24. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів у комерційно-посередницькій діяльності.
25. Комп'ютери, програмне забезпечення, мережні технології та їх використання в посередницькій діяльності.
26. Інтерактивні засоби комерційного посередництва.
27. Технології мережі Інтернет і електронні магазини в посередницькій діяльності.
28. Комплексна модель оцінювання техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур.
29. Методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.
30. Форми і методи розрахунків при здійсненні торговельно-посередницьких операцій.
31. Форми і методи оплати посередницьких послуг.
32. Кредитна політика посередницького підприємства.
33. Зміст, форми і методи стратегічного планування комерційної діяльності посередницького підприємства.
34. Основні принципи цінової політики в комерційній діяльності.
35. Виставки та ярмарки на товарному ринку України.
36. Розвиток маркетингових комунікацій з використанням мережі Інтернет.
37. Порядок ціноутворення на товари, які реалізують торговельні підприємства України.
38. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Під час вивчення дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств” студенти виконують індивідуальні завдання (згідно з варіантом) за основними її темами.

Індивідуальне завдання передбачає розв'язання ситуаційних задач. Викладач формує групи студентів для опрацювання певної проблеми. У позааудиторний час кожний студент самостійно готує інформаційну базу для аналізу ситуації (за потреби відвідує підприємство), аналізує ситуацію і розробляє рекомендації щодо її вирішення. Після цього студенти доповідають на семінарі основні положення методики розв'язання ситуаційної задачі, обговорюють результати аналізу, запропоновані ними рекомендації щодо розв'язання ситуації, висновки.

Тематику індивідуальних завдань і джерела їх інформаційного та методичного забезпечення наведені в таблиці.

Тема лекції	Тема індивідуального завдання	Джерела інформаційного та методичного забезпечення
Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств	Етичні норми підприємця	[10]
Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами	Дослідження кон'юнктури товарного ринку	[4; 12; 30]
Формування попиту споживачів на продукцію і послуги	Поняття про асортимент і торгову номенклатуру товарів	[4; 9; 23; 26; 29]
Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування	Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків при невиконанні умов договору	[31–33]
Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг	Організація комерційної роботи з роздрібного продажу товарів	[29; 30]

Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств	Інформатизація комерційно-посередницької діяльності	[9]
Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств і ефективності обслуговування споживачів	Система показників аналізу ефективності обслуговування споживачів	[15; 17; 27; 29]
Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків	Кредитна політика посередницького підприємства	[6; 10; 20; 27]
Планування витрат комерційної діяльності	Бізнес-план посередницького підприємства.	[8; 20; 27; 29]
Ціноутворення в комерційній діяльності посередників	Стратегії ціноутворення.	[4; 10; 18; 27]
Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності	Електронна комерція та електронна торгівля	[9; 29]

Виконане завдання рецензується викладачем і оцінюється за п'ятибальною системою виходячи з якості виконання, комплексності формування інформаційної бази, ступеня глибини аналізу ситуації, ґрунтовності висновків і рекомендацій.

ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ОКРЕМИХ ТЕМ КУРСУ

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

Тема 1. Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств

Зрозуміти предмет дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств”, її сутність, мету і завдання. Розглянути напрями, види, типи посередницьких підприємств, особливості їх структури.

Сформувати уявлення про ринок товарів і послуг як сферу комерційної діяльності посередницьких підприємств. З'ясувати характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг.

Ознайомитись з етичними нормами підприємця в комерційному посередництві.

Література [10; 14; 25–27; 29]

Завдання

1. Засвоїти теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Сутність, мета і завдання комерційної діяльності посередницьких підприємств.
 - 2.2. Посередницькі підприємства і структури.
 - 2.3. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств.
 - 2.4. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг.
 - 2.5. Етичні норми підприємця.
3. Скласти дайджест журнальних статей про комерційну діяльність посередницьких підприємств.
4. Індивідуальне завдання:
 - 4.1. У робочому зошиті у вигляді таблиці подати інформацію про види торговельно-посередницької діяльності та типи посередників, їх характеристику.

Вид торговельно-посередницької діяльності	Тип посередника	Характеристика виконуваних функцій
1. Діяльність з перепродажу товарів	Дистриб'ютор	Підписує з товаровиробником договір про продаж товарів на певній території на конкретний термін
2.
3.

Питання для самоконтролю

1. Комерційна діяльність як вид підприємництва.
2. Роль комерційної діяльності у ринковій економіці.
3. Види та форми ринків, їх характеристика.
4. Основні сфери підприємницької діяльності.
5. Основні функції комерційної діяльності.
6. Види посередників.
7. Які суб'єкти здійснюють комерційну діяльність?
8. Основні вимоги до об'єктів комерційної діяльності.
9. Основні категорії підприємницької діяльності.
10. Професійні та загальні якості комерсанта.
11. Предмет і структура дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств”.

Тема 2. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами

Насамперед слід визначити цілі, завдання і зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків. Вивчити технологічну послідовність досліджень і місце дослідження кон'юнктури в маркетинговій діяльності фірми.

Розглядаючи систему показників ринкової кон'юнктури, слід звернути увагу на критерії їх оцінки. Ознайомитись з кон'юнктурною характеристикою товару на ринку. Визначити типи і обсяги комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень за результатами кон'юнктурних досліджень. Навчитися вибирати методи збирання, систематизації та аналізу даних досліджень. Вивчити механізм дослідження зовнішнього середовища посередницьких підприємств. Особливу увагу приділити дослідженням конкурентів і визначенню

їх позицій. Вивчити наміри і уподобання споживачів. Визначити чинники успіху товарів на ринку.

Засвоїти методику дослідження кон'юнктури товарного ринку, мету та завдання кон'юнктурного аналізу.

Література [4; 12; 30]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Цілі, завдання та зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків.
 - 2.2. Система кон'юнктурних показників.
 - 2.3. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку.
 - 2.4. Дослідження кон'юнктури товарного ринку.
3. Скласти дайджест журнальних статей про кон'юнктурні дослідження.
4. Індивідуальне завдання:
 - 4.1. Скласти в робочому зошиті класифікацію показників ринкової кон'юнктури у вигляді таблиці.

№ пор.	Групи показників кон'юнктури	Показники ринкової кон'юнктури
1	Усталеність, циклічність і динаміка розвитку ринку	Середні показники кон'юнктури Варіація кон'юнктури Форми кон'юнктурної хвилі Динаміка кон'юнктури (темпи зростання, вектори, параметри, функції тренду)
2		

- 4.2. Сформувати навички написання звітів за результатами дослідження кон'юнктури (див. таблицю).

1	Зведений огляд кон'юнктури торгівлі
2	Огляд кон'юнктури товарного ринку
3	Тематичний огляд кон'юнктури
4	Аналітична розробка за результатами одноразових або періодичних видань
5	Оперативний огляд кон'юнктури (ситуаційний або сигнальний)

4.3. Записати в робочий зошит етапи кон'юнктурних досліджень і джерела інформації.

Питання для самоконтролю

1. Поняття кон'юнктури товарного ринку.
2. Економічні критерії оцінки стану кон'юнктури товарного ринку.
3. Які принципи обов'язково слід дотримувати при дослідженні кон'юнктури товарного ринку?
4. Послідовність виконання дослідження кон'юнктури товарного ринку.
5. Зміст робіт на кожному етапі дослідження кон'юнктури.
6. Види звітів за результатами дослідження кон'юнктури та їх характеристика.

Тема 3. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги

Вивчити методи побудови і здійснення комерційно-посередницької діяльності торговельним підприємством; сутність та завдання вивчення попиту на товари. Визначити основні завдання вивчення попиту. Звернути увагу на чинники впливу на формування попиту. Ознайомитися з маркетинговими дослідженнями рівня попиту. Вивчити методи визначення попиту.

Ознайомитися з товарно-асортиментною політикою та її складовими. Вивчити поняття про асортимент і торговельну номенклатуру товарів. Визначити чинники впливу на формування товарного асортименту. Ознайомитись із складовими комерційного успіху товару.

Література [4; 9; 23; 26; 29]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Маркетингові дослідження рівня попиту.
 - 2.2. Методи визначення попиту.
 - 2.3. Товарно-асортиментна політика та її складові.
 - 2.4. Поняття про асортимент і торговельну номенклатуру товарів.
3. Скласти дайджест журнальних статей про дослідження попиту та товарно-асортиментної політики.

4. Індивідуальне завдання: зобразіть схематично відповіді на такі питання:
 - 4.1. Види попиту населення на товари.
 - 4.2. Основні джерела інформації про споживчий попит.
 - 4.3. Показники, що характеризують товарний асортимент.

Питання для самоконтролю

1. Визначення понять “попит”, “макропопит”, “мікропопит”.
2. Завдання вивчення попиту.
3. Попит реалізований і нереалізований.
4. Особливості попиту, що формується.
5. Джерела інформації про споживчий попит.
6. Як визначається обсяг реалізації товару за формулою товарного балансу?
7. Як розрахувати рівень незадоволеного попиту, можливий повний продаж товарів, коефіцієнт задоволення попиту?
8. Методи вивчення попиту, що формується.
9. Як розрахувати рівень попиту, що формується?
10. Сутність формування асортименту товарів та його значення в комерційній діяльності підприємства.
11. Чим відрізняється виробничий асортимент від товарного?
12. Чинники впливу на формування товарного асортименту.
13. Принципи формування товарного асортименту.
14. Показники, які характеризують товарний асортимент, і методика їх розрахунку.
15. Чинники комерційного успіху товару.

Змістовий модуль II. Організація комерційної діяльності посередницьких підприємств

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

Вивчити сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності. Звернути увагу на обґрунтування комерційних зв'язків посередницьких підприємств.

Вивчити загальні принципи договірних відносин і контрактної політики в посередницькій діяльності. Сутність і функції договорів.

Ознайомитись зі структурою і змістом договорів. Вивчити законодавчі документи, що регулюють ринкові відносини в Україні, а також Господарський і Цивільний кодекси України, а також “Положення про поставки товарів народного вжитку”, затверджені в 1988 р. Проаналізувати визначення і формування умов продажу, купівлі, термінів постачання, транспортування, взаєморозрахунків за комерційно-посередницькими угодами.

Вивчити штрафні санкції і порядок відшкодування збитків у разі невиконання умов договору.

Література [10; 13; 14; 19; 26; 33]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Сутність, порядок формування та регулювання комерційних зв'язків у торговельній і посередницькій діяльності.
 - 2.2. Обґрунтування комерційних зв'язків торговельного підприємства.
 - 2.3. Загальні принципи договірних відносин і контрактної політики в посередницькій діяльності.
 - 2.4. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків у разі невиконання умов договору.
3. Скласти дайджест журнальних статей про комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування.
4. Індивідуальне завдання: зобразіть схематично відповіді на такі питання:
 - 4.1. Класифікація господарських зв'язків суб'єктів ринку.
 - 4.2. Класифікація договорів за різними ознаками.
 - 4.3. Штрафні санкції і порядок відшкодування збитків у разі невиконання умов договору.

Питання для самоконтролю

1. Елементи системи господарських зв'язків.
2. Яка структура господарських зв'язків торгівлі з промисловістю використовується при постачанні різних груп товарів і чим вона визначається?

3. Основні завдання організаційно-правового регулювання взаємодії суб'єктів на ринку.
4. Роль договорів у комерційній діяльності підприємств.
5. Функції та характерні риси договору.
6. Правові джерела, що регламентують договірні відносини.
7. Способи укладення договору.
8. Що таке специфікація в договірних відносинах?
9. Які штрафи передбачаються для продавця та покупця при виконанні договору?

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

З'ясувати сутність, роль і зміст закупівельної роботи. Вивчити, як необхідно здійснювати пошук комерційних партнерів із закупівлі товарів. Ознайомитись з організацією контролю та обліку надходження товарів від постачальників.

Визначити роль оптових ярмарків у закупівлі товарів.

Вивчити систему державних закупівель в Україні та організацію процесу і принципи державних закупівель, а також досвід формування і організації діяльності тендерного комітету.

Визначити сутність торгівлі на аукціонах і торгах. Встановити особливості закупівлі товарів через брокерські контори.

Література [16; 22; 26; 29]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Сутність, роль і зміст закупівельної роботи.
 - 2.2. Оптові ярмарки (виставки), аукціони, торги та їх роль у закупівлі товарів.
 - 2.3. Система державних закупівель в Україні.
 - 2.4. Організація комерційної роботи з оптового продажу товарів.
 - 2.5. Організація комерційної роботи з роздрібного продажу товарів.
3. Скласти дайджест журнальних статей про організацію закупівель товарів в Україні, продажу товарів і послуг.
4. Індивідуальне завдання: занотувати в робочому зошиті питання:

- 4.1. Класифікація постачальників.
- 4.2. Основні положення і вимоги Закону України “Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти” від 22 лютого 2000 р.
- 4.3. Торгівля на аукціонах і торгах.
- 4.4. Ознайомитись із Законом України “Про товарну біржу”, наказами МЗЕЗТ України “Правила роздрібного продажу не-продовольчих товарів”, “Правила роздрібного продажу продовольчих товарів”.

Питання для самоконтролю

1. Значення оптових закупівель у комерційній діяльності торговельних підприємств.
2. Завдання закупівельної роботи.
3. Чинники впливу на процес організації оптових закупівель.
4. З яких операцій складається закупівельна робота?
5. Вимоги до організації закупівельної роботи.
6. З яких етапів складається закупівельна робота?
7. Визначення поняття “оптовий ярмарок”.
8. Основні ознаки ярмарку та виставки.
9. Особливість продажу товарів на товарних аукціонах.
10. Сутність і мета тендерів.
11. Особливість закупівлі товарів через брокерські контори.

Тема 6. Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств

Ознайомитися з матеріально-технічною базою і технічною політикою комерційно-посередницьких підприємств. З'ясувати роль складів і складських комплексів у забезпеченні ефективної діяльності комерційно-посередницьких підприємств. Вивчити загальну характеристику інвестиційно-інноваційної політики як основу формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств.

Визначити логістичні комплекси перевезення й обробки вантажів.

Ознайомитися з інформатизацією комерційно-посередницької діяльності. Вивчити комп'ютери, програмне забезпечення, мережеві технології та їх використання в посередницькій діяльності, техноло-

гії та засоби мережі Інтернет і електронні магазини в посередницькій діяльності.

Література [4; 5; 9; 23; 26; 30]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Склади і складські комплекси та їх роль у забезпеченні ефективної діяльності комерційно-посередницьких підприємств.
 - 2.2. Інвестиційно-інноваційна політика як основа формування і розвитку матеріально-технічної бази комерційної діяльності посередницьких підприємств.
 - 2.3. Логістичні комплекси перевезення і обробки вантажів.
 - 2.4. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності. Комп'ютери, програмне забезпечення, мережеві технології та їх використання в посередницькій діяльності.
3. Скласти дайджест журнальних статей про матеріально-технічну базу комерційної діяльності посередницьких підприємств.
4. Контрольна робота: підготуватися до письмової відповіді на питання:
 - 4.1. Основні класифікаційні ознаки і види товарних складів.
 - 4.2. Види доставки товарів у роздрібну торговельну мережу.
 - 4.3. Використання комп'ютерів, програмне забезпечення, мережеві технології в посередницькій діяльності.

Питання для самоконтролю

1. Основні завдання раціональної системи товаропостачання.
2. Функції і види складів.
3. Охарактеризувати типи складів.
4. Джерела постачання товарів.
5. За яких умов доцільно використовувати транзитну та складську форми товаропостачання?
6. Чинники впливу на процес товаропостачання.
6. Види доставки та їх особливості.
7. Види маршрутів доставки товарів у роздрібну мережу.
8. Сучасні засоби телекомунікацій, які використовують у формуванні та розвитку фінансово-господарських зв'язків посередницьких підприємств.
9. Роль електронних магазинів у посередницькій діяльності.

Змістовий модуль III. Оцінювання господарсько-фінансової діяльності посередницьких підприємств

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

Охарактеризувати комплексну модель оцінювання техніко-організаційного рівня і ринкового потенціалу комерційно-посередницьких структур. Визначити основні блоки моделі: оцінювання стану основних фондів і матеріальної бази підприємства, макроекономічне оцінювання підприємств з урахуванням його становища на ринку, факторний аналіз основних показників комерційної діяльності. Ознаймитися із застосуванням теорії опціонів у практиці оцінювання бізнесу. Вивчити особливості оцінювання техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування.

Проаналізувати систему показників ефективності обслуговування споживачів. Порівняти методи розрахунку ефективності посередницьких операцій.

Література [15; 17; 27; 29]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Сутність ефективності комерційної діяльності.
 - 2.2. Застосування теорії опціонів у практиці оцінювання бізнесу.
 - 2.3. Особливості оцінювання техніко-економічного рівня посередницького підприємства з метою інвестування.
 - 2.4. Система показників аналізу ефективності обслуговування споживачів.
3. Скласти дайджест журнальних статей про матеріально-технічну базу комерційної діяльності посередницьких підприємств.
4. Індивідуальне завдання:
 - 4.1. Занотувати критерії ефективності комерційної діяльності.
 - 4.2. Зобразити у вигляді таблиці систему показників ефективності комерційної діяльності фірми.
 - 4.3. Зобразити у вигляді схеми соціально-економічну ефективність оптових послуг.

Питання для самоконтролю

1. Що слід розуміти під ефективністю комерційної діяльності?
2. Види ефективності.
3. Призначення критерію і показників економічної ефективності комерційної діяльності.
4. Складові системи показників економічної ефективності комерційної фірми.
5. Для чого використовується система показників ефективності в діяльності посередницьких підприємств?
6. Як визначається ефективність виконання комерційних договорів?
7. Що таке посередницько-торговельні послуги?
8. Як вимірюється соціальна ефективність оптових послуг?
9. Як оцінюється економічна ефективність оптових послуг?

Тема 8. Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків

Ознайомитися із сутністю, складом і структурою обігових коштів. Визначити джерела утворення обігових коштів. Вивчити нормування обігових коштів і засобів, показники використання обігових коштів. Засвоїти методи оплати посередницьких послуг.

З'ясувати форми і методи розрахунків при здійсненні торговельно-посередницьких операцій. Особливу увагу приділити вивченню готівкової і безготівкової форм розрахунків, а також розрахункам в іноземній валюті.

Вивчити кредитну політику посередницького підприємства, фінансове і товарне кредитування.

Література [6; 10; 20; 27]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Сутність, склад і структура обігових коштів.
 - 2.2. Методи оплати посередницьких послуг.
 - 2.3. Форми і методи розрахунків.
 - 2.4. Кредитна політика посередницького підприємства.

3. Скласти дайджест журнальних статей про обігові кошти комерційної діяльності та організацію розрахунків.
4. Підготуватися до тестування за допомогою опорного конспекту, літературних джерел і відповідей на питання для самоконтролю.

Питання для самоконтролю

1. Склад і структура обігових коштів.
2. Джерела утворення обігових коштів.
3. За яким принципом нормують обігові кошти?
4. Показники використання обігових коштів.
5. Охарактеризувати найпоширеніший метод оплати посередницьких послуг.
6. Відмінність готівкової і безготівкової форм розрахунків.
7. Особливості розрахунків в іноземній валюті.
8. Мета кредитної політики.
9. Особливості фінансового кредитування.
10. Рекомендації щодо використання товарного кредитування.

Тема 9. Планування витрат комерційної діяльності

З'ясувати роль і місце планування витрат у моделі фінансового планування комерційної діяльності посередницьких підприємств. Визначити пріоритетність витрат при плануванні комерційної діяльності. Ознайомитися з розробкою кошторису витрат.

Вивчити побудову бізнес-плану посередницького підприємства. Особливу увагу звернути на особливості розрахунку можливих доходів і витрат, оцінку ринку збуту конкретних товарів і послуг, маркетингу, плану реалізації та фінансового плану.

Література [8; 20; 27; 29]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Зміст, форми і методи планування витрат комерційної діяльності посередницького підприємства.
 - 2.2. Розробка кошторису витрат.
 - 2.3. Бізнес-операції та їх ресурсне забезпечення з урахуванням ризиків і витрат.

- 2.4. Бізнес-план посередницького підприємства.
3. Скласти дайджест журнальних статей про планування витрат комерційної діяльності.
 4. Індивідуальне завдання: зобразити у вигляді схеми:
 - 4.1. Витрати комерційної діяльності посередницького підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
 - 4.2. Бізнес-операції посередницького підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
 - 4.3. Скласти бізнес-план підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

Питання для самоконтролю

1. Сутність планування витрат комерційної діяльності посередницьких підприємств.
2. Стратегії посередницьких підприємств при здійсненні комерційної діяльності.
3. Найпріоритетніші витрати при плануванні комерційної діяльності.
4. Рекомендації організаціям щодо питань, пов'язаних з розробкою кошторису.
5. Бізнес-операції посередницького підприємства.
6. Основні завдання розробки бізнес-плану.
7. Зміст розділів бізнес-плану.

Тема 10. Ціноутворення в комерційній діяльності посередників

Засвоїти основні принципи цінової політики в комерційній діяльності. З'ясувати ціноутворення на ринках різних типів. Проаналізувати співвідношення ціни і попиту.

Визначити витрати, ціни і пропозиції конкурентів. Ознайомитися з особливостями встановлення ціни при виході нового товару на ринок. Вивчити і порівняти стратегії ціноутворення, а також ціноутворення у межах товарної номенклатури і товарного асортименту.

Визначити сутність коригування цін, ціноутворення зі знижками та заліками; диференційоване ціноутворення; ціноутворення з метою стимулювання збуту; ініціативні зміни цін.

Література [4; 10; 18; 27]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Основні принципи цінової політики в комерційній діяльності.
 - 2.2. Ціноутворення на ринках різних типів.
 - 2.3. Стратегії ціноутворення.
 - 2.4. Коригування цін.
3. Скласти дайджест журнальних статей про ціноутворення в комерційній діяльності посередників.
4. Індивідуальне завдання: зобразити у вигляді схеми:
 - 4.1. Зовнішні та внутрішні чинники впливу на ціноутворення.
 - 4.2. Ціноутворення в межах товарної номенклатури і товарного асортименту.

Питання для самоконтролю

1. Загальне поняття ціни та її значення в маркетинговій діяльності.
2. Види цін, які можуть використовуватися в посередницькій діяльності підприємства.
3. Поняття про цінову політику в комерційній діяльності підприємства, її мета і завдання.
4. Чинники, що визначають цінову політику.
5. Ціноутворення на різних типах ринків.
6. Складові методики розрахунку ціни.
7. Аналіз попиту на товар та його еластичності.
8. Оцінка витрат та визначення взаємозв'язку ціни, обсягу продажу та прибутку.
9. Характеристика методів ціноутворення.
10. Встановлення кінцевої ціни та її пристосування.
11. Цінові стратегії маркетингу та умови їх застосування.
12. Особливості цінової політики в межах товарної номенклатури.

Тема 11. Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників

Визначити основні напрями вдосконалення і розвитку комерційної діяльності посередників. Ознайомитись із досвідом США у підвищенні ефективності діяльності посередників-дистриб'юторів.

Вивчити організацію мережі комерційних центрів управління посередницькою діяльністю. З'ясувати, як розширюється сфера діяльності брокерських організацій.

Визначити впровадження інформаційних технологій в управління асортиментом і товарними запасами. Вивчити сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг.

Ознайомитись з електронною комерцією та електронною торгівлею.

Література [4; 5; 9; 10; 18; 28; 29]

Завдання

1. Вивчити теоретичний матеріал.
2. Скласти конспект за схемою:
 - 2.1. Основні напрями вдосконалення і розвитку комерційної діяльності посередників.
 - 2.2. Організація розгалуженої мережі комерційних центрів управління посередницької діяльності.
 - 2.3. Сучасні форми активізації комерційно-посередницької діяльності: лізинг, факторинг, франчайзинг.
 - 2.4. Електронна комерція та електронна торгівля.
3. Скласти дайджест журнальних статей про напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників.
4. Підготуватися до тестування за допомогою опорного конспекту, літературних джерел і відповідей на питання для самоконтролю.

Питання для самоконтролю

1. Основні напрями вдосконалення комерційної діяльності.
2. Досвід США у підвищенні ефективності діяльності посередників-дистриб'юторів.
3. Характеристика сфери діяльності брокерських організацій.
4. Які інформаційні технології впроваджуються в управління асортиментом і товарними запасами?
5. Характеристика лізингу.
6. Охарактеризуйте сучасну форму активізації комерційно-посередницької діяльності факторингу.

7. Визначення поняття “франчайзинг”.
8. Необхідність використання електронної комерції.
9. Переваги електронної торгівлі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. *Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг* / В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, Я. А. Гончарук та ін. — К.: НМЦУкоопспілка, 2002.
2. *Панкратов Ф. Г., Серьогіна Т. К.* Комерційна справа. — Рівне: Вертекс, 2001.

Додаткова

1. *Закон України “Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти”* від 22.02.2000.
2. *Господарський кодекс України.*
3. *Цивільний кодекс України.*
4. *Армстронг Г., Котлер Ф.* Маркетинг. Общій курс. Диалектика. — М.; СПб.; К., 2001.
5. *Балабанов И. Т.* Электронная коммерция. — СПб.; Харьков; Минск: Питер, 2001.
6. *Бланк И. А.* Торговый менеджмент. — К.: УФМБ, 1997.
7. *Бланк И. А.* Торгово-посредническое предпринимательство. — К., 1992.
8. *Віноградська А. М.* Комерційна діяльність торговельного підприємства. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2005.
9. *Вовчак І. С.* Інформаційні системи та комп’ютерні технології в менеджменті. — Тернопіль: Карт-бланш, 2001.
10. *Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання* / Л. І. Воротіна та ін. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2001.
11. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг. — К.: Либра, 2001.
12. *Голубков Е. П.* Маркетинговые исследования. — М.: Финпресс, 1998.
13. *Гордон М. П., Карнаухов С. Б.* Логистика товародвижения. — М., 1998.
14. *Дашков Л. П.* Комерційний договір. — К.: Капрал, 1998.

15. *Оценка бизнеса* / В. Есипов и др. — СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 2001.
16. *Заводський Й. С.* Менеджмент. — К.: Вид-во УФМБ, 1998.
17. *Калина А. В., Конева М. Я., Яценко В. А.* Современный экономический анализ и прогнозирование. — К.: МАУП, 1998.
18. *Основы маркетинга* / Ф. Котлер и др. — М.; СПб.; К., 1998.
19. *Луць В. В.* Контракти у підприємницькій діяльності. — К.: Юрінком Інтер, 1999.
20. *Макаровська Т. П., Бондар Н. М.* Економіка підприємства. — К.: МАУП, 2003.
21. *Мартынченко Н. М.* Менеджмент фірми. — К.: Леся, 1995.
22. *Морозов В. В.* Основи закупівель товарів, робіт та послуг в проєктах. — К.: Таксон, 2003.
23. *Москвітін Т. Д., Черепов В. В.* Комерційні зв'язки торговельного підприємства. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2002.
24. *Менеджмент організацій* / В. Д. Немцов та ін. — К.: УВПК “Екс-66”, 2001.
25. *Неруш Ю. М.* Коммерческая логистика. — М.: ЮНИТИ, 1997.
26. *Обритько Б. А.* Менеджмент посередницької і біржової діяльності. — К.: МАУП, 2003.
27. *Остова Л. В., Синяева И. М.* Основы коммерческой деятельности. — М.: ЮНИТИ, 2000.
28. *О'Шонесси Дж.* Конкурентный маркетинг. — СПб.: Питер, 2001.
29. *Панкратов Ф. Г., Памбухчиянц В. К.* Коммерция и технология торговли: Учеб. для высш. торг.-экон. завед. — М.: Маркетинг, 1996.
30. *Половцева Ф. П.* Коммерческая деятельность. — М.: ИНФРА-М, 2001.
31. *Посреднические операции: налоговый и бухгалтерский учет // Сб. систематизированного законодательства.* — К.: Блиц-информ: приложение “Бухгалтерия” к газ. “Бизнес”. — 2000. — 18 дек. (№ 51).
32. *Санахметова Н. О.* Підприємницьке право. — К.: А.С.К., 2000.
33. *Санахметова Н. О.* Правовий захист підприємництва в Україні. — К.: А.С.К., 2001.
34. *Смирчинський В. В.* Управління матеріально-технічними ресурсами. — К., 1998.

35. *Чубаков Г. Н.* Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия. — М.: ИНФРА-М, 1996.



ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	3
Загальні методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи	3
Тематичний план дисципліни “Комерційна діяльність посередницьких підприємств”.....	6
Рекомендації щодо підготовки наукових доповідей (рефератів)	8
Рекомендована тематика наукових доповідей (рефератів)	8
Індивідуальні завдання для самостійної роботи	9
Вказівки до самостійного вивчення окремих тем курсу	12
Список літератури	27

Відповідальний за випуск *А. Д. Везеренко*
Редактор *О. В. Лебідь*
Комп’ютерне верстання *М. М. Соколовська*

Зам. № ВКЦ-2957
Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП