

Назва освітнього компонента	Комерційна діяльність
Факультет	Економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Маркетингу
ПІБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	—
Рівень (рівні) вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	5 семестр
Форма підсумкового контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна: лекції – 14; практичні/семінарські/лабораторні – 16; самостійна робота – 60. Заочна: лекції – 6; практичні – 6; самостійна робота – 78.
Коротка анотація та мета	Освітній компонент розкриває поняття і суть комерційної діяльності, товари і послуги як об'єкти комерційної діяльності, основи функціонування оптового ринку, організацію комерційної діяльності в торгівлі, організацію оптових закупівель товарів, основи формування асортименту товарів на підприємствах оптової торгівлі і керування товарними запасами, організацію оптового продажу товарів та їх постачання в роздрібну торговельну мережу, комерційні служби роздрібних торговельних підприємств, систему послуг у

	роздрібній торгівлі як спосіб стимулювання продажів товарів, а також форми та методи досягнення комерційного успіху. Мета: формування у здобувачів вищої освіти здатності розуміння теоретичних основ організації комерційної діяльності підприємств в умовах зростання ринкових ризиків.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	Компетентності: – здатність розуміння теоретичних основ організації комерційної діяльності; – здатність застосовувати нормативно-правові акти в управлінні комерційною діяльністю підприємств різних організаційних правових форм; – здатність визначати та досліджувати ринок товарів і послуг; – здатність формувати товарний асортимент і цінову політику комерційного підприємства ринку сільськогосподарської продукції та стратегічні підходи до методів; – здатність керувати комерційними службами; – здатність досліджувати попит і пропонувати потребу в товарах і послугах; – здатність розробляти пропозиції щодо підвищення ефективності; – здатність використовувати методичний інструментарій для планування обсягів збуту продукції, цін, ефективності комерційної діяльності підприємства; – здатність формувати рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності підприємств та досягнення комерційного успіху. Програмні результати навчання: – використовувати результати досліджень ринкової кон'юнктури для розрахунку попиту і пропозиції, планування асортименту товарів, визначення пріоритетів ціноутворення; – аналізувати потенційних споживачів, постачальників, конкурентів; – розробляти маркетингові плани комерційної діяльності;

	– розробляти фірмовий блок своєї організації (писати рекламні звернення, оформляти рекламні каталоги, листи); – застосовувати сучасні методи управління комерційним підприємством; – розробляти договори купівлі-продажу, скласти супровідну документацію поставок продукції; – аналізувати ефективність діяльності оптових і роздрібних підприємств та розробляти пропозиції щодо її підвищення.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Мікроекономіка, Макроекономіка, Інформатика, Маркетинг
Мінімальна та максимальна чисельність групи	—