

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

спеціальність	075 маркетинг	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	маркетинг	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	перший (бакалаврський)	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Прядко Ольга Миколаївна



Вища освіта – спеціальність «Товарознавство та комерційна діяльність», «Маркетинг»
Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.
Вчене звання - доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.
Досвід роботи – 20 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- досвід роботи у складі якості голови експертної комісії у первинній акредитації Коледжу економіки та бізнесу Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара згідно наказу МОН України № 635-2 від 07.05.2018 р. з підготовки молодших спеціалістів зі спеціальності 075 Маркетинг.
- Членкиня Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», Центру маркетингових досліджень і маркетингових інновацій, учасниця освітньо-науково-виробничого кластеру ХДУХТ «Повноцінне харчування: інноваційні аспекти технології, енергоефективного виробництва та маркетингу».
- Підготовлено 2 переможців Всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт з маркетингу (2017р, 2021р.)
- Член проектної групи освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг; «Маркетинг в торгівлі та готельно-ресторанній індустрії» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
- учасниця наукових і методичних конференцій.

телефон	0672579073	електронна пошта	Oliaprydko9598@gmail.com	дистанційна підтримка	Moodle
---------	------------	------------------	--------------------------	-----------------------	--------

До викладання дисципліни долучені:

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	є набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань та практичних навиків з організації комерційної діяльності та формування у них економічного мислення, адекватного ринковим відносинам, вміння аналізувати реальні економічні процеси і приймати обґрунтовані рішення з приводу економічних проблем, пов'язаних комерційною стороною діяльності підприємств.☒
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота.
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">• Здатність використовувати різні методи пошуку, оброблення та аналізу різноманітної інформації, будувати та розвивати логічні аргументи з чітким формулюванням висновків щодо них/ практичні завдання, самостійна робота• аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків / практичні завдання, самостійна робота• планування і провадження ефективної комерційної діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі / практичні завдання, самостійна робота• обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері комерційної діяльності / індивідуальне та практичні завдання• збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію /тренінг , командний проєкт
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин практичних занять; 60 годин самостійна робота, модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Лекція 1.	Наукові і методичні основи комерційної діяльності.☒	Практичні заняття ПЗ 1	Наукові і методичні основи комерційної діяльності.☒Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Підбір та обґрунтування теми індивідуального завдання.
Лекція 2.	Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності.				
Лекція 3.	Організація і планування закупівельної та збутової діяльності підприємств.	ПЗ 2	Організація і планування закупівельної та збутової діяльності підприємств.		
	Організація товаропросування, товаропостачання роздрібно-торговельної мережі.	ПЗ 3,4	Організація товаропросування, товаропостачання роздрібно-торговельної мережі.		

Модуль 2. ПРАКТИКА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Лекція 4.	Організація складського господарства і технологія складських операцій.	ПЗ 5	Організація складського господарства і технологія складських операцій.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання індивідуального завдання.
Лекція 5.	Організація і технологія продажу товарів.	ПЗ 6	Організація і технологія продажу товарів.		
Лекція 6.	Система господарських зв'язків суб'єктів комерційної діяльності	ПЗ 7,8	Система господарських зв'язків суб'єктів комерційної діяльності		
	Ризики та ефективність комерційної діяльності.	ПЗ 9	Ризики та ефективність комерційної діяльності.		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прядко О.М., Мітяєва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.
2. Савицька Н.Л. Управління попитом : навч.-метод посібник / Н.Л.Савицька, О. М. Прядко. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 197 с.
3. Олінченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2020. 89 с.
4. Прядко О.М. Управління торговим асортиментом в роздрібній торгівлі в умовах національної конкурентної політики : монографія / О.М. Прядко, Л.О. Попова, Г.А. Синицина. – Х.: ХДУХТ, 2014. – 153 с.

Методичне забезпечення

1. Державна статистика України [Електроний ресурс] – Режим доступу : URL <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Міністерства економіки України [Електроний ресурс] – Режим доступу : URL: <http://www.ukraine-tipp.gov.ua>
3. Savytska, N., Babenko, V., Chmil, H., Priadko, O. & Bubenets, I. (2023). Digitalization of Business Development Marketing Tools in the B2C Market. Journal of Information Technology Management, 15 (1), 124-134. <https://doi.org/10.22059/jitm.2023.90740> URL: https://journals.ut.ac.ir/article_90740_2dc7c64f4d84dc1be3d51c6acc5f811.pdf
4. Savytska, N., Zhehus, O., Chmil, H., Uchakova, N., Androsova, T., Priadko, O. Applied Research of Digital Readiness of Retails. WSEAS Transactions on Environment and Development. 2022, 18, 798–809. URL: <https://wseas.com/journals/ead/2022/b545117-139.pdf>

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	індивідуальний проєкт
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 35	відповіді на семінарських заняттях
		до 35	виконання практичної роботи
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проєкт	10 бальна	до 10	презентація і захист індивідуального проєкту

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.