Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни
«Менеджмент комерційної діяльності»
для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»
(освітня програма «Менеджмент виробничої
та комерційної діяльності»)

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

Методичні вказівки
до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни
«Менеджмент комерційної діяльності»
для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»
(освітня програма «Менеджмент виробничої
та комерційної діяльності»)

Вінниця
ВНТУ
2025

Рекомендовано до видання Радою з якості освіти Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол № 1від 23.08.2024 р.)

Рецензенти:

Т. М. Пілявоз, кандидат економічних наук, доцент
Л. П. Руда, кандидат економічних наук, доцент

Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент виробничої та комерційної діяльності») [Електронний ресурс] / уклад. В. В. Кавецький. – Вінниця : ВНТУ, 2025. – (PDF, 41 с.)

В методичних вказівках наведено рекомендації до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент виробничої та комерційної діяльності»). Методичні вказівки містять рекомендації щодо вивчення відповідних тем дисципліни; питання для проведення самоконтролю за даними темами; розгорнутий перелік питань для самопідготовки до іспиту з дисципліни.

ЗМІСТ

ВСТУП 4
1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ 5
1.1 Мета навчальної дисципліни 5
1.2 Основні завдання та компетентності 6
2 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ 8
2.1 Самостійна робота студентів під час лекційних занять 8
2.2 Самостійна робота студентів під час практичних занять 9
2.3 Індивідуальна робота студентів 11
2.4 Позааудиторна самостійна робота студентів 11
3 ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ 14
3.1 Змістовий модуль 1 14
3.2 Змістовий модуль 2 18
4 КОНТРОЛЬ РІВНЯ ЗНАНЬ 22
4.1 Контроль самостійної роботи студента 22
4.2 Самостійна підготовка до модульного контролю та іспиту 23
5 РОЗГОРНУТИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ 24
ЛІТЕРАТУРА 39

ВСТУП

Менеджер виробничої та комерційної діяльності - це фахівець завданням якого є визначення та обґрунтування оптимальних методів розвитку підприємства чи організації. Це передбачає розробку планів, визначення стратегій реалізації, визначення раціонального використання виробничих ресурсів, оцінку технічних, організаційних і комерційних рішень, активну участь у дослідженні виробничих і господарських резервів, організацію виконання ринкових зобов'язань, розробку методів підвищення виробничої та комерційної ефективності.

Дисципліна «Менеджмент комерційної діяльності» охоплює різні аспекти управління процесами комерційної діяльності на підприємствах і в організаціях забезпечуючи вивчення підходів дослідження ринку та поведінки споживачів; формування товарної політики, ціноутворення, просування та збут продукції; стратегічне та оперативне планування в комерційній діяльності; управління товарними запасами, логістику, складування; управління відносинами з клієнтами та партнерами тощо.Ці та інші теми дозволяють студентам здобути комплексні знання і навички, необхідні для ефективного управління комерційною діяльністю в сучасних умовах ринкової діяльності підприємства.

Самостійна робота є основним засобом засвоєння матеріалу в позааудиторний час і невід'ємною складовою процесу підготовки фахівців. Метою самостійної роботи студентів є набуття додаткових знань за фахом, перевірка отриманих знань на практиці та розвиток певних дослідницьких і професійних навичок.

Самостійна робота студента в процесі вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» передбачає оволодіння розумовими процесами, пов'язаними з формуванням логічних зв'язків комерційних функцій, мобільності та критичного мислення при аналізі різних організаційних форм діяльності, оволодіння сучасними засобами обробки інформації, пов'язаної з комерційною діяльністю підприємств, з урахуванням специфіки ринкової комунікації сучасних високоефективних підприємств. Також самостійна робота покликана сприяти формуванню інтересу до пізнавальної діяльності, систематичного проведення наукових досліджень та розвитку професійних навичок.

Дані вказівки запропоновані студентам, які навчаються за освітньою програмою «Менеджмент виробничої та комерційної діяльності» спеціальності 073 «Менеджмент», і містять рекомендації щодо самостійної роботи при вивченні відповідних тем з дисципліни, питання для самоконтролю та перелік питань для самопідготовки до іспиту.

1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1.1 Мета навчальної дисципліни

«Менеджмент комерційної діяльності» належить до блоку дисциплін, що забезпечують фахову підготовку бакалаврів за спеціальністю 073 «Менеджмент» освітня програма «Менеджмент виробничої та комерційної діяльності». Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у студентів знань і практичних навичок для вирішення складних комплексних завдань у сфері комерційної діяльності підприємства, проведення досліджень та розуміння ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства для досягнення ним комерційного успіху та забезпечення прибутку.

Об'єктом вивчення дисципліни є управління комерційною діяльністю підприємства, а також процеси та явища, пов'язані з організацією і управлінням комерційною діяльністю підприємства: усі види діяльності, що стосуються купівлі-продажу товарів та послуг, маркетингових досліджень, планування асортименту, цінової політики, логістики та управління запасами; структура і функції відділів продажів, маркетингу, закупівель, логістики та інших підрозділів, відповідальних за комерційну діяльність;процеси прийняття рішень щодо стратегій і тактик управління комерційною діяльністю, включаючи планування, організацію, мотивацію та контроль; показники оцінки результативності комерційних процесів, такі як обсяг продажів, рентабельність, частка ринку, задоволеність клієнтів.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є сукупність методів, принципів, інструментів та підходів, які використовуються для ефективного управління комерційною діяльністю підприємства:основні концепції та правила, на яких базується управління комерційною діяльністю, зокрема, принципи планування, організації, мотивації та контролю; способи та засоби, що застосовуються для оптимізації комерційних процесів, включаючи методи стратегічного та операційного планування, маркетингові стратегії, управління ланцюгом постачань та інші; структури та схеми організації комерційних підрозділів, які забезпечують ефективну діяльність підприємства на ринку; підходи до визначення та реалізації довгострокових і короткострокових цілей підприємства у сфері комерції, включаючи вибір ринкових сегментів, позиціонування продуктів, ціноутворення та управління взаємовідносинами з клієнтами; методи оцінки результативності комерційної діяльності, такі як аналіз ринку, оцінка конкурентоспроможності та задоволеності клієнтів; дослідження взаємозв'язків між підприємством та його ринковим середовищем, включаючи відносини з постачальниками, партнерами, конкурентами та споживачами.

Дисципліна «Менеджмент комерційної діяльності» є узагальнюючою обов'язковою професійною дисципліною. Ця дисципліна пов'язана і базується на загальних знаннях з таких дисциплін бакалаврського рівня вищої освіти як «Управління персоналом», «Економіка підприємства», «Основи підприємництва» та «Основи виробничої та комерційної діяльності». Дана дисципліна безпосередньо пов'язана з дисципліною «Бізнес-планування» та виконанням бакалаврської кваліфікаційної роботи.

1.2 Основні завдання та компетентності

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для ефективного управління комерційними процесами підприємства. Це включає вивчення основних принципів і методів управління, а також організації, планування, мотивації та контролю діяльності, пов'язаної з продажами, маркетингом, закупівлями, логістикою, управлінням запасами та взаємодією з клієнтами.

Основні завдання навчальної дисципліни:

– формування у студентів розуміння ключових концепцій та функцій менеджменту в сфері комерційної діяльності;

– ознайомлення з інструментами та методами управління комерційними процесами;

– розвиток навичок прийняття управлінських рішень у контексті комерційної діяльності;

– підготовка студентів до вирішення практичних завдань, пов'язаних з управлінням і організацією комерційних підприємств.

– сприяння розвитку лідерських якостей та ефективних комунікативних навичок у бізнес-середовищі.

Отже, курс орієнтований на підготовку фахівців, здатних ефективно управляти комерційною діяльністю підприємств у сучасних ринкових умовах.

В результаті вивчення дисципліни здобувач повинен оволодіти такими компетентностями:

Інтегральна компетентність - здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

Загальні компетентності:

ЗК 04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 05. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 09. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

Спеціальні компетентності:

СК 01. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

СК 02. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК 03. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК 04. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

СК 05. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

СК 06. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 07. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

СК 18. Здатність використовувати методи та інструментарій вирішення професійних завдань з управління підрозділами та бізнес-процесами комерційних структур та обґрунтувати управлінські рішення щодо їх розвитку і функціонування в ринковому середовищі.

В результаті вивчення дисципліни здобувач повинен демонструвати такі програмні результати навчання:

РН 03. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

РН 05. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

РН 08. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

РН 20. Володіти методами та інструментарієм управління комерційними бізнес-структурами і використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення їх функціонування.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин, 5 кредитів ECTS.

2 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Для вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» для денної форми навчання, згідно навчального плану підготовки, встановлено нормативний час – 150 годин (5кредитів ECTS). Структура навчальної дисципліни з розподілом часу за видами занять для денної форми навчання представлена в табл. 2.1…2.3.

Відповідно до структури навчального плану дисципліни основними формами навчання студентів є *лекційні заняття, практичні заняття, індивідуальна та самостійна робота студентів*.

2.1 Самостійна робота студентів під час лекційних занять

Лекції - одна з основних форм організації навчального процесу у вищій школі та один із методів навчання. Лекції формують основи знань у тій чи іншій науковій галузі, визначають спрямованість, основний зміст і характер усіх інших видів навчання, є основою для самостійної навчальної роботи студентів. Лекції здійснюють педагогічний і доктринальний вплив на процес взаємодії викладача і студента, розвивають інтерес до науки, творчі здібності, інтелектуальні, емоційні риси характеру, сприйняття і пам’ять. Однак нові джерела інформації в Інтернеті, доступність численних підручників і навчальної літератури, у тому числі на електронних носіях, можливість безперешкодного копіювання будь-яких записів завдяки сучасній ксерокопіювальній техніці значно знизили значення інформативної функції лекцій. Навчання на лекційних заняттях може бути поліпшено за рахунок надання студентам низки відтворюваних і формувальних завдань для самостійного опрацювання отриманої інформації.

Сучасні лекції мають стимулювати самостійну роботу студентів, враховувати їхнє ставлення до тих чи інших аспектів предмета дослідження, вказувати на можливі джерела додаткової інформації та спрямовувати їх на подальше самостійне вивчення.

Самостійна робота студентів на лекційних заняттях з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» включає в себе такі завдання:

– підготувати короткі відповіді на деякі запитання, поставлені лектором під час лекційного заняття;

– підготувати запитання до лектора за змістом лекційного заняття;

– підготувати логічну структуру лекційного заняття (короткий конспект лекції);

– підготувати власні висновки зі змісту лекційного заняття;

– аргументовано висловити власну думку з питань, що обговорюються під час лекційного заняття;

– самостійно визначати ключові поняття, що обговорюються на лекційному занятті.

Таблиця 2.1 - Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	срс
Змістовий модуль 1						
Тема 1. Сутність комерційної діяльності в сучасних умовах ринкових відносин.	8	3	3	-	-	2
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти в управлінні комерційною діяльністю.	9	3	3	-	-	3
Тема 3. Управління господарською взаємодією у комерційній діяльності.	9	3	3	-	-	3
Тема 4. Товарний ринок в системі менеджменту комерційної діяльності.	9	3	3	-	-	3
Тема 5. Управління закупівлями як складова комерційної діяльності.	9	3	3	-	-	3
Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг	9	3	3	-	-	3
Разом за змістовим модулем 1	*53*	*18*	*18*	-	-	*17*
Змістовий модуль 2						
Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі	8	3	3	-	-	2
Тема 8. Форми та методи роздрібного продажу товарів в системі управління комерційною діяльністю.	9	3	3	-	-	3
Тема 9. Управління складським господарством та технологія складських операцій	8	3	3	-	-	2
Тема 10. Управління комерційними операціями в процесі формування асортименту і управління товарними запасами	9	3	3	-	-	3
Тема 11. Управління комерційними ризиками. Ефективність комерційної діяльності підприємства.	9	3	3	-	-	3
Тема 12. Управління комерційною діяльністю в умовах цифровізації.	9	3	3	-	-	3
Курсова робота	*45*	-	-	-	*45*	-
Разом за змістовим модулем 2	*97*	*18*	*18*	-	*45*	*16*
Усього годин	*150*	*36*	*36*	-	*45*	*33*

2.2 Самостійна робота студентів під час практичних занять

Практичні заняття - це форма навчання, за якої викладач формує у студентів навички та вміння застосовувати отримані знання на практиці шляхом детального вивчення теоретичних положень дисципліни та самостійного виконання відповідним чином сформульованих завдань.

Плани практичних занять з відповідної теми подано у вигляді окремих модулів. Кожен студент самостійно розв'язує задачу, аналізує конкретну проблему, подає розв'язок та остаточний варіант розв'язку в письмовому вигляді. Результати розв'язання перевіряються і затверджуються на практичних заняттях. Теми практичних занять визначаються робочим навчальним планом даної дисципліни. На практичних заняттях також перевіряється самостійна робота студентів виконана у позааудиторний час. Ефективність практичних занять залежить від активності самостійної роботи кожного студента над завданням.

Основні теми практичних занять з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» та кількість годин, відведених на їх проведення, зазначені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Теми практичних занять з дисципліни

Назва теми	Короткий зміст (тема практичного заняття)	Кількість годин
Тема 1. Сутність комерційної діяльності в сучасних умовах ринкових відносин.	Обґрунтування заходів підвищення якості продукції підприємства в межах управління комерц. діяльн.	3
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти в управлінні комерційною діяльністю.	Визначення чисельності адміністративно-управлінського персоналу.	3
Тема 3. Управління господарською взаємодією у комерційній діяльності.	Вибір оптимального місця розташування збутового підрозділу підприємства.	3
Тема 4. Товарний ринок в системі менеджменту комерційної діяльності.	Оцінювання ринкової кон'юнктури та розрахунок точки беззбитковості і прибутковості діяльності.	3
Тема 5. Управління закупівлями як складова комерційної діяльності.	Оптимізація структури асортименту продукції.	3
Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг	Розрахунок ефективності виставкової активності підприємства на світовому ринку.	3
Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі	Визначення загального рейтингу міжнародної виставки.	3
Тема 8. Форми та методи роздрібного продажу товарів в системі управління комерційною діяльністю.	Порівняння збутових витрат та визначення оптимального каналу товароруху.	3
Тема 9. Управління складським господарством та технологія складських операцій.	Організація складського господарства підприємства.	3
Тема 10. Управління комерційними операціями в процесі формування асортименту і управління товарними запасами	Застосування АВС-аналізу при формуванні асортименту продукції.	3

Продовження табл. 2.2

Тема 11. Управління комерційними ризиками. Ефективність комерційної діяльності підприємства.	Планування витрат і формування ціни продукції та прибуток як елемент ефективності менеджменту комерційної діяльності та однофакторний кореляційний аналіз.	3
Тема 12. Управління комерційною діяльністю в умовах цифровізації.	Побудова математичної моделі транспортної задачі в управлінні комерційною діяльністю.	3
Усього годин		*36*

2.3 Індивідуальна робота студентів

Індивідуальна робота студента – це організаційна форма навчального процесу, що створює умови для максимальної реалізації творчого потенціалу студента через особистісну орієнтацію в навчальній, науково-дослідницькій та творчій діяльності.

Індивідуальна робота студента з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» регламентується навчальним планом спеціальності передбачає виконання курсової роботи. Крім того, за рішенням кафедри студенти можуть підготувати доповідь на щорічну науково-практичну конференцію викладачів, співробітників і студентів ВНТУ.

На виконання курсової роботи, як форми індивідуального науково-навчального дослідження відводиться 45 годин (1,5 кредиту ECTS).

Метою виконання курсової роботи є набуття студентами спеціальності 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент виробничої та комерційної діяльності») навичок і досвіду науково-дослідницької роботи, розвиток здатності до проведення творчих самостійних досліджень, оволодіння загальними та специфічними методами сучасних наукових досліджень і поглиблене вивчення будь-якої проблеми з даної дисципліни. Курсова робота готується студентами самостійно під керівництвом викладача.

Детальнішу інформацію про зміст і вимоги до виконання окремих індивідуальних завдань можна знайти у відповідних методичних вказівках.

2.4 Позааудиторна самостійна робота студентів

Позааудиторна самостійна робота – робота, що виконується студентами в позааудиторний час без присутності викладача і пов’язана з відповідними завданнями робочої програми з даного напряму. До даного виду самостійної роботи з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» належить вивчення теоретичних засад курсу, підготовка виступів, презентацій, інтерактивних заходів тощо, підготовка до навчальних аудиторних занять (лекційних, практичних), виконання індивідуальних завдань з кур-

су, проведення пошуково-аналітичної роботи, самостійне дослідження джерел інформації, підготовка до підсумкових контрольних заходів тощо.

Позааудиторна самостійна робота студентів з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» покликана сприяти професійному зростанню та розвитку творчої активності. Система самостійного навчання сприяє вирішенню основних освітніх завдань таких як набуття студентами глибоких і ґрунтовних знань; розвиток навичок самостійної роботи та поглиблення знань шляхом застосування їх на практиці.

Основні питання для самостійної розгляду при вивченні окремих тем дисципліни наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Основні питання до самостійного опрацювання

Назва теми	Питання для опрацювання	Кількістьгодин
Тема 1. Сутність комерційної діяльності в сучасних умовах ринкових відносин.	Місце комерційної діяльності в системі менеджменту підприємства.	2
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти в управлінні комерційною діяльністю.	Класифікація торговельних посередників. Характеристика об'єктів комерційної діяльності.	3
Тема 3. Управління господарською взаємодією у комерційній діяльності.	Класифікація господарських договорів. Види господарських договорів.	3
Тема 4. Товарний ринок в системі менеджменту комерційної діяльності.	Ринкові чинники впливу на ефективність комерційної діяльності підприємств.	3
Тема 5. Управління закупівлями як складова комерційної діяльності.	Класифікація постачальників товарів. Основні критерії вибору постачальників.	3
Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг	Продаж товарів з особистим відбиранням. Ефективність оптового продажу.	3
Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі	Соціально-економічне значення роздрібної торговельної мережі.	2
Тема 8. Форми та методи роздрібного продажу товарів в системі управління комерційною діяльністю.	Магазинна форма роздрібного продажу товарів.	3
Тема 9. Управління складським господарством та технологія складських операцій	Основні завдання складського обліку товарів.	2

Продовження табл. 2.3

Тема 10. Управління комерційними операціями в процесі формування асортименту і управління товарними запасами	Суть та зміст асортиментної політики підприємства.	3
Тема 11. Управління комерційними ризиками. Ефективність комерційної діяльності підприємства.	Методи оцінки конкурентоспроможності. Бенчмаркінг в системі менеджменту комерційної діяльності.	3
Тема 12. Управління комерційною діяльністю в умовах цифровізації.	Проблеми безпеки розвитку е-комерції. Проблеми урегульованості фінансових стосунків.	3
Усього годин		*33*

Позааудиторна самостійна робота яка містить проведення пошуково-аналітичної роботи, самостійне дослідження джерел інформації, підготовку до підсумкових контрольних заходів може принести ефективні результати тільки в тому разі, якщо її здійснювати не випадково або спорадично, а систематично, з використанням різних організаційних форм, методів та інструментів оцінювання.

3 ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Програма навчальної дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» складається з двох змістових модулів.

3.1 Змістовий модуль 1

Тема 1. Сутність комерційної діяльності в сучасних умовах ринкових відносин

Вступ. Мета вивчення дисципліни. Об'єкт та предмет дослідження. Поняття і сутність комерційної діяльності. Зв'язок комерційної діяльності та підприємництва. Роль комерції у розвитку економічних процесів. Поняття комерційного процесу. Суть комерційної операції. Структура комерційної діяльності. Основні принципи та функції комерційної діяльності. Чинники впливу на розвиток комерційної діяльності. Методологія досліджень процесів комерційної діяльності. Місце комерційної діяльності в системі менеджменту підприємства.

Інформаційні джерела теми [2, 3, 10]

Питання для самоконтролю за темою

1. Яке значення комерційної діяльності в умовах ринкових відносин і чому вона є важливою складовою сучасної економіки?

2. У чому полягає сутність комерційної діяльності та які основні елементи її структури?

3. Які фактори впливають на розвиток комерційної діяльності в умовах ринкових відносин?

4. Як методологія досліджень процесів комерційної діяльності впливає на ефективність управління підприємством?

5. Яке місце займає комерційна діяльність у системі менеджменту підприємства?

Тема 2. Суб'єкти та об'єкти в управлінні комерційною діяльністю

Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Комерційне підприємство. Об'єднання підприємств в системі комерційних відносин. Фізичні особи-підприємці. Класифікація суб'єктів комерційної діяльності. Суб'єкти сфери оптової та роздрібної торгівлі. Загальна характеристика виробничих підприємств як суб'єктів комерційної діяльності. Комерційна діяльність виробничих підприємств. Управління комерційною взаємодією виробничого підприємства з постачальниками сировини, матеріалів та комплектуючих виробів. Управління комерційною взаємодією виробничого підприємства з покупцями товарів. Посередники у комерційній діяльно-

сті. Переваги при використанні послуг посередників. Напрямки комерційно-посередницької діяльності. Класифікація торговельних посередників. Характеристика об'єктів комерційної діяльності. Класифікація споживчих товарів.

Інформаційні джерела теми [2, 3, 8]

Питання для самоконтролю за темою

1. Які основні види суб'єктів комерційної діяльності можна виділити, та в чому полягає різниця між комерційними підприємствами та фізичними особами-підприємцями?

2. Як класифікуються суб'єкти сфери оптової та роздрібної торгівлі, та які функції вони виконують в системі комерційних відносин?

3. Які особливості управління комерційною взаємодією виробничого підприємства з постачальниками та покупцями?

4. Яку роль відіграють посередники в комерційній діяльності, та які переваги вони надають підприємствам?

5. Як класифікуються споживчі товари, та які основні характеристики об'єктів комерційної діяльності слід враховувати під час управління ними?

Тема 3. Управління господарською взаємодією у комерційній діяльності

Суть та характер господарських зв'язків у комерції. Основні

чинники, що формують господарські зв'язки. Вплив масштабу виробництва на формування господарських зв'язків. Вплив ступеня розвитку торговельно-посередницької інфраструктури. Система господарських зв'язків в умовах ринку та її вплив на процеси управління комерційною діяльністю. Структура господарських зв'язків. Класифікація господарських зв'язків. Порядок регулювання господарських зв'язків. Регулювання господарських зв'язків на мікрорівні. Класифікація господарських договорів. Види господарських договорів. Прямі господарські зв'язки у сфері комерції. Опосередковані господарські зв'язки. Ефективність прямих господарських зв'язків. Методика розрахунку можливості переходу на прямі зв'язки.

Інформаційні джерела теми [2, 9, 14]

Питання для самоконтролю за темою

1. Які основні чинники формують господарські зв'язки у комерційній діяльності, і як впливає масштаб виробництва на їх формування?

2. Як структура і класифікація господарських зв'язків впливає на процеси управління комерційною діяльністю в умовах ринку?

3. Яким чином ступінь розвитку торговельно-посередницької інфраструктури впливає на формування господарських зв'язків?

4. Що таке прямі та опосередковані господарські зв'язки, і яка методика розрахунку можливості переходу на прямі зв'язки?

5. Які існують види господарських договорів та порядок їх регулювання на мікрорівні?

Тема 4. Товарний ринок в системі менеджменту комерційної діяльності

Поняття товарного ринку. Характеристика товарного ринку. Взаємозв'язки, що виникають в процесі доведення товарів від виробника до споживача. Класифікація товарного ринку. Сегментація товарного ринку. Показники параметрів товарного ринку. Поняття ринкової інфраструктури. Характеристики елементів ринкової інфраструктури. Основні функції інфраструктури товарного ринку в системі управління комерційною діяльністю. Показники інфраструктури товарного ринку. Маркетингові дослідження ринку в менеджменті комерційної діяльності. Основні напрямки діяльності служби маркетингу на підприємстві. Основні принципи маркетингового дослідження ринку. Методологія маркетингового дослідження ринку. Ринкові чинники впливу на ефективність комерційної діяльності підприємств. Класифікація ринкових чинників.

Інформаційні джерела теми [5, 8, 9]

Питання для самоконтролю за темою

1. Що таке товарний ринок і які його основні характеристики?

2. Як класифікуються товарні ринки та які критерії використовуються для їх сегментації?

3. Які взаємозв'язки виникають між виробником та споживачем у процесі доведення товарів до кінцевого споживача?

4. Що таке ринкова інфраструктура, які її елементи та основні функції в системі управління комерційною діяльністю?

5. Які основні принципи та методологія маркетингових досліджень ринку в контексті менеджменту комерційної діяльності?

Тема 5. Управління закупівлями як складова комерційної діяльності

Сутність закупівельної роботи. Роль закупівельної діяльності в управлінні комерційною діяльністю. Структура закупівельної роботи. Методи

вивчення купівельного попиту. Способи вивчення купівельного попиту. Прийоми вивчення купівельного попиту. Потенційний, незадоволений та реалізований попит. Планування закупівель товарів. Етапи проведення планування закупівель товарів. Процедура здійснення закупівель. Джерела постачання та постачальники товарів в управлінні закупівлями. Класифікація постачальників товарів. Основні критерії вибору постачальників. Методи оцінювання постачальників товарів. Економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються.

Інформаційні джерела теми [9, 12, 14]

Питання для самоконтролю за темою

1. Що таке закупівельна робота, і яку роль вона відіграє в управлінні комерційною діяльністю?

2. Які основні методи, способи та прийоми використовуються для вивчення купівельного попиту? Наведіть приклади.

3. Як класифікуються постачальники товарів, і які критерії використовуються для їхнього вибору?

4. Опишіть основні етапи планування закупівель товарів. Які фактори впливають на процес планування?

5. Як здійснюється економічне обґрунтування обсягу та структури партій товарів, що закуповуються? Які фактори враховуються при цьому?

Тема 6. Управління комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів та послуг

Гуртове торговельне підприємство. Класифікація оптових торговельних підприємств. Функції оптових торговельних підприємств. Комерційні та виробничі функції. Суть та цілі оптових закупівель підприємств оптової торгівлі. Етапи закупівель продукції в управлінні комерційною діяльністю на оптовому ринку товарів. Організація оптових закупівель. Планування надходження товарів. Управління товарним асортиментом підприємств оптової торгівлі. Види оптового обігу та чинники що його визначають. Схема складського товарообігу. Транзитний товарообіг. Методи оптового продажу товарів. Продаж товарів з особистим відбиранням. Ефективність оптового продажу.

Інформаційні джерела теми [9, 12, 14]

Питання для самоконтролю за темою

1. Які основні функції виконують оптові торговельні підприємства та як вони поділяються на комерційні та виробничі?

2. Охарактеризуйте основні етапи закупівель продукції на оптовому ринку товарів та поясніть їх значення в управлінні комерційною діяльністю.

3. Що таке управління товарним асортиментом підприємств оптової торгівлі, і які фактори впливають на цей процес?

4. Які види оптового обігу існують, і які чинники визначають їх вибір на ринку товарів?

5. Які методи оптового продажу товарів використовуються, і як визначається ефективність цих методів?

3.2 Змістовий модуль 2

Тема 7. Організація та управління комерційною діяльністю у роздрібній торгівлі

Поняття роздрібної торгівлі. Функції роздрібної торгівлі. Принципи розвитку роздрібної торгівлі. Основні завдання роздрібного торговельного підприємства. Поняття роздрібної торговельної мережі. Принципи організації роздрібної торговельної мережі. Складові елементи роздрібної мережі. Соціально-економічне значення роздрібної торговельної мережі. Види мережі роздрібних торговців. Торговельно-сервісні системи. Типи та спеціалізація роздрібних торговців.

Інформаційні джерела теми [3, 9]

Питання для самоконтролю за темою

1. Що таке роздрібна торгівля і які основні функції вона виконує?

2. Які принципи розвитку роздрібної торгівлі існують?

3. Які основні завдання роздрібного торговельного підприємства?

4. Що таке роздрібна торговельна мережа і які її основні складові елементи?

5. Які типи та спеціалізації роздрібних торговців існують і в чому полягають їх особливості?

Тема 8. Форми та методи роздрібного продажу товарів в системі управління комерційною діяльністю.

Магазинна форма роздрібного продажу товарів. Позамагазинна форма роздрібного продажу товарів. Продаж товарів за допомогою прилавка обслуговування. Самообслуговування. Продаж за зразками. Продаж на замовлення та вдома у покупців. Особливі форми продажу товарів. Продаж товарів у кредит. Продаж товарів за зниженими цінами. Методи активізації продажу товарів. Участь підприємства у виставках та ярмарках. Асортимент товарів. Основні показники асортименту продукції. Асортиментна

політика підприємства.

Інформаційні джерела теми [3, 8, 9]

Питання для самоконтролю за темою

1. Які є основні відмінності між магазинною та позамагазинною формами роздрібного продажу товарів?

2. Як процес продажу товарів через прилавок обслуговування відрізняється від самообслуговування, і які переваги та недоліки кожної з цих форм?

3. У чому полягають особливості продажу товарів за зразками та на замовлення, і які ситуації найчастіше вимагають використання цих методів?

4. Як асортиментна політика підприємства впливає на ефективність роздрібного продажу товарів, і які основні показники асортименту варто враховувати?

5. Які методи активізації продажу товарів можуть використовуватись підприємством, і яка роль участі у виставках та ярмарках у збільшенні обсягів продажу?

Тема 9. Управління складським господарством та технологія складських операцій

Сутність товарних складів. Класифікація товарних складів. Площа товарного складу. Елементи товарного складу. Потреба в загальнотоварних складах. Техніко-економічні показники використання складів. Розмір вантажообігу складу. Пропускна спроможність складу. Раціональне використання загальної площі складу. Продуктивність праці працівників складу. Управління торгово-технологічним процесом складу. Схема технологічного процесу переробки товарів на складах. Приймання товарів на склад. Зберігання товарів на складах. Організація контролю за рухом товарів на складах. Основні завдання складського обліку товарів.

Інформаційні джерела теми [9, 12]

Питання для самоконтролю за темою

1. Які основні елементи товарного складу та їх функції?

2. Як класифікуються товарні склади та які їх основні характеристики?

3. Що таке пропускна спроможність складу та як її визначити?

4. Як забезпечити раціональне використання площі складу?

5. Які основні завдання складського обліку товарів і як організовується

контроль за їх рухом на складах?

Тема 10. Управління комерційними операціями в процесі формування асортименту і управління товарними запасами

Поняття про товарний асортимент. Поняття про номенклатуру товарів. Класифікація товарного асортименту. Визначення товарної номенклатури. Комерційна діяльність з формування асортиментних моделей. Чинники, які впливають на формування асортименту товарів. Регулювання асортименту товарів в торгівлі. Асортиментна матриця. Структура асортименту. Широта асортименту. Глибина асортименту. Стійкість асортименту. Суть та зміст асортиментної політики.

Інформаційні джерела теми [8, 14]

Питання для самоконтролю за темою

1. Що таке товарний асортимент, та як він відрізняється від товарної номенклатури?

2. Які основні фактори впливають на формування товарного асортименту та як вони враховуються в комерційній діяльності?

3. Як визначаються параметри широти, глибини, та стійкості асортименту товарів?

4. Що таке асортиментна матриця та як вона використовується у регулюванні асортименту товарів в торгівлі?

5. Які основні цілі та завдання асортиментної політики, і як вона впливає на управління товарними запасами?

Тема 11. Управління комерційними ризиками. Ефективність комерційної діяльності підприємства.

Комерційний ризик. Класифікація ризиків комерційних угод. Методи оцінки комерційних ризиків. Метод експертних оцінок. Метод доцільності витрат. Метод аналогії. Метод аналітичний. Управління комерційними ризиками. Методи управління ризиком. Ефективність комерційної діяльності. Види ефектів від ведення комерційної діяльності. Система показників ефективності комерційної діяльності. Конкурентоспроможність комерційного підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності. Бенчмаркінг в системі менеджменту комерційної діяльності.

Інформаційні джерела теми [1, 6, 9, 11]

Питання для самоконтролю за темою

1. Що таке комерційний ризик і які основні види ризиків комерційних

угод можна виділити?

2. Опишіть основні методи оцінки комерційних ризиків, зокрема методи експертних оцінок, доцільності витрат, аналогії та аналітичний метод.

3. Які основні етапи та методи управління комерційними ризиками застосовуються на підприємствах?

4. Які показники використовуються для оцінки ефективності комерційної діяльності підприємства, та як вони впливають на його конкурентоспроможність?

5. Що таке бенчмаркінг і як він використовується в системі менеджменту комерційної діяльності?

Тема 12. Управління комерційною діяльністю в умовах цифровізації

Поняття про е-комерцію. Основні напрямки роботи системи «Електронна комерція». Основні системи електронної комерції. Значення електронної комерції для продавців та покупців. Окремі аспекти ролі систем електронної комерції. Техніко-технологічна складова е-комерції. Характерні особливості мережі «Інтернет» в системі е-комерції. Технічний елемент інфраструктури е-комерції. Характеристика основних форм е-комерції. Форма B2B. Форма B2C. Форма C2C. Форма G2C. Форма G2B. Проблеми розвитку е-комерції в Україні. Проблеми безпеки розвитку е-комерції. Проблеми урегульованості фінансових стосунків.

Інформаційні джерела теми [4, 9, 13]

Питання для самоконтролю за темою

1. Які основні напрями роботи системи електронної комерції та в чому полягає їх значення для продавців і покупців?

2. Які техніко-технологічні складові електронної комерції та як вони впливають на ефективність цієї системи?

3. Опишіть та порівняйте основні форми електронної комерції: B2B, B2C, C2C, G2C, G2B.

4. Які характерні особливості мережі Інтернет впливають на розвиток системи електронної комерції?

5. Які проблеми розвитку та безпеки електронної комерції існують в Україні, і які можливі шляхи їх вирішення?

4 КОНТРОЛЬ РІВНЯ ЗНАНЬ

В умовах зміщення акценту на самостійне здобуття знань важливо формувати у студентів навчальну мотивацію, розвивати пізнавальну самостійність і самоконтроль.

4.1 Контроль самостійної роботи студента

Контроль являє собою сукупність усвідомлених дій, спрямованих на отримання інформації про рівень засвоєння програмного матеріалу, оволодіння теоретичними та практичними знаннями, навичками і вміннями, необхідними для виконання завдань професійної діяльності.

До основних складових процесу контролю належать: перевірка – виявлення рівня знань, умінь та навичок; оцінювання – вимірювання рівня знань, умінь, навичок; та облік – фіксація результатів оцінювання у формі балів.

Під час перевірки та оцінювання знань реалізується щонайменше шість функцій: контрольна, навчальна, виховна, організаційна, розвиваюча та методична.

У процесі вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» застосовуються поточний, рубіжний і підсумковий контроль знань, які є взаємопов’язаними та сприяють стимулюванню ефективної самостійної роботи студентів протягом семестру і забезпечують об’єктивне оцінювання їхнього рівня знань.

Поточний контроль самостійної роботи з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» може здійснюватися за допомогою таких підходів:

1. Контроль з боку викладача:

Контроль підготовки теоретичних питань: викладач перевіряє короткі конспекти теоретичних питань, винесених на самостійну підготовку.

Контроль підготовки практичних задач: викладач здійснює контроль правильності розв’язання і відповідей на практичні задачі, рекомендовані для самостійного виконання.

Бліц-контроль теоретичних і практичних питань: цей контроль передбачає проведення тематичних опитувань або коротких тестувань з питань, винесених на самостійну підготовку.

2. Самоконтроль:

Студент самостійно здійснює контроль своєї роботи під час вивчення теми шляхом підготовки відповідей на питання, що подані у відповідній літературі та класифікуються як контрольні питання або питання для самоконтролю та перевірки знань.

Рубіжний (модульний) контроль знань дозволяє оцінити якість засвоєння окремих розділів і тем, а також виявити пізнавальні, методичні, психологічні та організаційні якості студентів. Для рубіжного контролю дисципліну «Менеджмент комерційної діяльності» поділено на два змістові модулі. Завдання для модульних контрольних робіт складаються з запитань і задач відповідних тем.

Підсумковий контроль – це перевірка рівня засвоєння знань і вмінь студентів за семестр вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності», що здійснюється у формі іспиту. Студент допускається до іспиту за умови виконання всіх обов'язкових робіт і завдань з дисципліни протягом семестру.

Студентам, які не виконали навчальний план, викладач визначає обсяг додаткової роботи для вивчення дисципліни і термін складання іспиту. Іспит у таких студентів проводиться після закінчення заліково-екзаменаційної сесії за умови повного виконання навчального плану з дисципліни.

4.2 Самостійна підготовка до модульного контролю та іспиту

Іспит з дисципліни спрямований на оцінювання роботи студента протягом семестру, зокрема, наявності теоретичних знань, їхньої міцності, розвитку творчого мислення, набуття навичок самостійної роботи, вміння синтезувати отримані знання та застосовувати їх для розв'язання практичних завдань.

Іспит є підсумком аудиторної та самостійної роботи студента протягом семестру. Для успішного складання іспиту студентам необхідно систематично і наполегливо працювати над опануванням матеріалу за кожною темою протягом усього семестру.

Підготовка до модульного контролю та іспиту вимагає певної послідовності. По-перше, необхідно ознайомитися з питаннями, що будуть винесені на модульні тести, та програмою іспиту (або переліком питань) з дисципліни. За кожним питанням із рекомендованого переліку бажано підготувати стислий проєкт відповіді з логічною послідовністю та пояснювальним матеріалом. Після повторення всього матеріалу слід ще раз переглянути його, використовуючи свої записи, щоб оцінити, наскільки добре засвоєна логіка кожної теми, наскільки добре відтворюються основні формули та пояснювальний матеріал.

5 РОЗГОРНУТИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ

В даному розділі представлено розгорнутий перелік питань для самопідготовки до іспиту з дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» та для кожного питання наведено максимально стисле спрямування змісту відповіді, яке полегшує пошук правильної відповіді та підвищує рівень самоконтролю.

1. Визначте поняття комерційної діяльності та поясніть її основні складові.

Комерційна діяльність охоплює всі операції, пов'язані з купівлею, продажем та обігом товарів і послуг для отримання прибутку. Основні складові включають: закупівлю товарів, їх реалізацію, маркетингові стратегії, фінансове управління і логістику.

2. Які основні функції менеджменту комерційної діяльності в сучасній економіці?

Основні функції включають планування, організацію, мотивацію і контроль комерційних процесів. Це включає розробку стратегій, управління ресурсами, координацію діяльності підрозділів та контроль за виконанням планів.

3. Як здійснюється стратегічне планування в управлінні комерційною діяльністю?

Стратегічне планування включає визначення довгострокових цілей і стратегій для досягнення конкурентних переваг. Процес включає аналіз ринку, оцінку можливостей і загроз, розробку стратегії і впровадження плану.

4. Розкрийте концепцію бізнес-моделі і її роль в управлінні комерційною діяльністю.

Бізнес-модель визначає, як компанія створює, доставляє та отримує вартість. Вона включає цільовий ринок, пропозицію цінності, структуру доходів і витрат, а також канали розподілу. Модель допомагає зрозуміти основні аспекти функціонування бізнесу.

5. Як здійснюється аналіз ринку для розробки комерційної стратегії?

Аналіз ринку включає вивчення тенденцій, конкурентів, потреб споживачів та можливостей для росту. Це допомагає визначити позиціонування продукції, встановити цільову аудиторію та адаптувати стратегію для максимізації ефективності.

6. Які методи використовуються для оцінки конкурентних переваг компанії?

Методи включають SWOT-аналіз (оцінка сильних і слабких сторін, можливостей і загроз), аналіз п’яти сил Портера (потенційні конкуренти, постачальники, покупці, замінники і конкуренти) та оцінку унікальних пропозицій цінності.

7. Визначте основні етапи розробки комерційної стратегії підприємства.

Основні етапи включають: аналіз ринку та конкурентного середовища, визначення стратегічних цілей, розробка стратегії, реалізація стратегії, моніторинг і оцінка результатів.

8. Як формуються цілі комерційної діяльності і які методи їх досягнення?

Цілі формуються на основі стратегічних планів компанії і повинні бути специфічними, вимірювальними, досяжними, релевантними та обмеженими в часі (SMART). Методи досягнення включають розробку тактичних планів, ресурсозабезпечення та моніторинг прогресу.

9. Розгляньте процес сегментації ринку і його значення для комерційної діяльності.

Сегментація ринку включає розподіл споживачів на групи з подібними потребами і характеристиками. Це дозволяє компаніям орієнтувати свої продукти та маркетингові кампанії на конкретні сегменти, підвищуючи ефективність та рентабельність.

10. Як аналізувати потреби та поведінку споживачів для підвищення ефективності комерційної діяльності?

Аналіз потреб і поведінки споживачів включає дослідження їхніх уподобань, звичок та очікувань. Методи включають опитування, інтерв’ю, аналіз купівельної активності і конкурентів. Це дозволяє адаптувати пропозицію та стратегії комунікації.

11. Які інструменти маркетингу використовують для просування товарів і послуг?

Інструменти включають рекламу (телебачення, радіо, інтернет), просування продажів (знижки, акції), паблік рілейшнз, контент-маркетинг, соціальні медіа та особисті продажі. Вибір інструментів залежить від цілей та цільової аудиторії.

12. Як управління ризиками впливає на комерційну діяльність компанії?

Управління ризиками включає ідентифікацію, оцінку та управління ризиками, які можуть вплинути на досягнення цілей. Це допомагає зменшити негативні наслідки і забезпечити стабільність бізнесу через створення планів дій у разі виникнення ризиків.

13. Розкрийте концепцію ланцюга вартості і її вплив на комерційну діяльність.

Ланцюг вартості включає всі етапи виробництва та обробки товару, від розробки до кінцевого споживача. Оцінка ланцюга вартості дозволяє компаніям ідентифікувати критичні точки, де можна зменшити витрати або підвищити цінність для споживачів.

14. Які фактори впливають на ціноутворення в контексті комерційної діяльності?

Фактори включають витрати на виробництво, рівень попиту і пропозиції, конкуренцію, цінову еластичність, споживчі уподобання і макроекономічні умови. Ці фактори визначають цінову стратегію і рівень цін на ринку.

15. Як оцінюється ефективність комерційної стратегії підприємства?

Ефективність оцінюється через ключові показники продуктивності (KPI), такі як прибутковість, ринкова частка, рівень продажів, задоволеність клієнтів і досягнення стратегічних цілей. Використовуються також фінансові аналізи та аналітика даних.

16. Які основні підходи до управління продажами та їх роль у комерційній діяльності?

Підходи включають управління відносинами з клієнтами (CRM), мотивацію команди продажів, розробку ефективних стратегій продажів, навчання персоналу та використання сучасних технологій для моніторингу і аналізу результатів.

17. Розкрийте значення CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами.

CRM-системи допомагають компаніям управляти взаємовідносинами з клієнтами, автоматизувати процеси продажу, аналізувати клієнтські дані та підвищувати рівень обслуговування. Це сприяє поліпшенню комунікації і збільшенню лояльності клієнтів.

18. Як здійснюється планування комерційних бюджетів і які його основні етапи?

Планування бюджетів включає прогнозування доходів і витрат, визначення фінансових ресурсів, розробку бюджету для різних підрозділів і моніторинг виконання. Основні етапи: встановлення фінансових цілей, розробка бюджету, його затвердження і контроль.

19. Які методи аналізу конкурентного середовища існують в управлінні комерційною діяльністю?

Методи включають аналіз п’яти сил Портера, SWOT-аналіз, аналіз конкурентних позицій і стратегій, дослідження ринкових тенденцій і оцінку конкурентних переваг.

20. Як застосовуються методи SWOT-аналізу для оцінки комерційної діяльності компанії?

SWOT-аналіз дозволяє виявити сильні і слабкі сторони компанії, а також можливості і загрози з боку ринку. Це допомагає розробити стратегії для використання можливостей і мінімізації загроз, а також для покращення слабких місць.

21. Визначте роль інновацій в управлінні комерційною діяльністю.

Інновації допомагають компаніям підтримувати конкурентні переваги, покращувати продукти і послуги, знижувати витрати і задовольняти нові потреби споживачів. Вони сприяють розвитку нових бізнес-моделей і підвищенню ефективності.

22. Як формуються і реалізуються комерційні пропозиції та акції?

Комерційні пропозиції формуються на основі аналізу ринку і потреб споживачів. Вони можуть включати спеціальні знижки, пакети товарів або послуг і промоційні акції. Реалізація включає розробку плану акцій, рекламну кампанію та моніторинг результатів.

23. Які основні стратегії виходу на нові ринки існують у комерційній діяльності?

Основні стратегії включають прямий експорт, партнерство з місцевими компаніями, франчайзинг, ліцензування і створення дочірніх компаній. Вибір стратегії залежить від ринкових умов і цілей компанії.

24. Як управляти якістю товарів і послуг у рамках комерційної діяльності?

Управління якістю включає встановлення стандартів якості, впровадження систем контролю якості, моніторинг виробничих процесів і зворотного зв’язку від клієнтів. Це допомагає забезпечити відповідність продукції вимогам ринку і підвищити задоволеність клієнтів.

25. Розкрийте поняття конкурентної стратегії та її значення для комерційної діяльності.

Конкурентна стратегія визначає, як компанія досягає переваг над конкурентами. Це може включати стратегії диференціації, лідерства за витратами або фокусування на певному сегменті ринку. Вона допомагає компанії утримувати конкурентні позиції і досягати бізнес-цілей.

26. Які особливості управління комерційною діяльністю в умовах глобалізації?

Глобалізація передбачає адаптацію до різних культурних, економічних і регуляторних умов. Компанії повинні враховувати місцеві особливості ринку, культурні відмінності і міжнародні норми, що впливають на їх комерційну діяльність.

27. Як визначити і оцінити ефективність рекламних кампаній?

Оцінка ефективності включає моніторинг показників, таких як охоплення аудиторії, рівень конверсій, рентабельність інвестицій (ROI) і зміна

брендової впізнаваності. Методи оцінки можуть включати опитування, аналітику вебсайтів і продажі.

28. Які підходи до управління комерційними проєктами використовуються в практиці?

Підходи включають використання проєктних методологій (Agile, Waterfall), управління проєктними ресурсами, контроль термінів і бюджету, управління ризиками і забезпечення якості. Важливо також забезпечити чітке планування і комунікацію в межах проєкту.

29. Як аналізувати фінансові результати комерційної діяльності підприємства?

Аналіз фінансових результатів включає оцінку основних фінансових показників, таких як прибутковість, ліквідність, рентабельність і ефективність використання активів. Це допомагає зрозуміти фінансове становище компанії і приймати обґрунтовані управлінські рішення.

30. Які чинники впливають на формування товарної політики компанії?

Чинники включають потреби і вподобання споживачів, конкуренцію, витрати на виробництво, технологічні можливості і тенденції ринку. Товарна політика визначає асортимент, якість і ціни товарів, а також їх просування.

31. Як здійснюється управління каналами розподілу товарів і послуг?

Управління каналами розподілу включає вибір оптимальних каналів, моніторинг їх ефективності, координацію з партнерами і забезпечення своєчасного постачання. Це допомагає забезпечити доступність товарів для кінцевого споживача.

32. Розкрийте концепцію стратегії ціноутворення і її роль у комерційній діяльності.

Стратегія ціноутворення визначає методи встановлення цін на товари та послуги з урахуванням витрат, попиту, конкуренції і споживчих вподобань. Вона впливає на конкурентоспроможність, прибутковість і позиціювання продукту на ринку.

33. Які методи прогнозування попиту використовуються в управлінні комерційною діяльністю?

Методи прогнозування включають статистичний аналіз (часові ряди, регресійний аналіз), експертні оцінки, використання моделей попиту і аналіз ринкових тенденцій. Це допомагає компаніям планувати обсяги виробництва і запасів.

34. Як оцінюється і управляється ризик невиконання комерційних контрактів?

Оцінка ризику включає аналіз можливих причин невиконання, таких як

фінансові проблеми або юридичні питання. Управління ризиком може включати складання страхових договорів, ретельний відбір партнерів і створення планів дій на випадок виникнення проблем.

35. Визначте основні принципи формування бренду і його вплив на комерційну діяльність.

Принципи включають створення унікального брендового образу, послідовну комунікацію з цільовою аудиторією і підтримку високої якості продукції. Сильний бренд допомагає підвищити лояльність клієнтів, виділитися на ринку і збільшити прибуток.

36. Як здійснюється аналіз і вибір постачальників у контексті комерційної діяльності?

Аналіз постачальників включає оцінку їхньої надійності, якості продукції, цін і умов постачання. Вибір постачальників базується на порівнянні пропозицій, перевірці репутації і можливості забезпечити своєчасну і якісну поставку.

37. Які стратегії адаптації товарів до різних ринкових умов використовуються компаніями?

Стратегії включають локалізацію продукту (зміна характеристик відповідно до локальних уподобань), варіацію цін і модифікацію маркетингових кампаній. Це допомагає задовольнити специфічні потреби ринку і підвищити конкурентоспроможність.

38. Як здійснюється моніторинг і контроль за виконанням комерційних планів?

Моніторинг включає регулярний аналіз виконання планів, перевірку досягнення ключових показників продуктивності, аналіз відхилень і вжиття коригуючих заходів. Це допомагає забезпечити відповідність планам і досягнення стратегічних цілей.

39. Розкрийте роль корпоративної соціальної відповідальності у комерційній діяльності.

Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) передбачає виконання компанією соціальних, екологічних і етичних обов’язків. Це включає підтримку екологічних ініціатив, благодійність і створення сприятливих умов для працівників, що покращує імідж компанії і підвищує лояльність споживачів.

40. Як застосовуються сучасні інформаційні технології в управлінні комерційною діяльністю?

Інформаційні технології використовуються для автоматизації бізнес-процесів, управління даними, аналітики ринку, комунікації з клієнтами і моніторингу результатів. Це дозволяє підвищити ефективність і точність управлінських рішень.

41. Які є підходи до управління комерційними ризиками в умовах нестабільності ринку?

Підходи включають диверсифікацію бізнесу, створення резервних фондів, впровадження систем раннього попередження про ризики, аналіз сценаріїв та адаптацію стратегій відповідно до змін у ринкових умовах.

42. Як формуються і реалізуються стратегічні альянси в комерційній діяльності?

Стратегічні альянси формуються для досягнення спільних цілей, таких як розширення ринкових можливостей або зниження витрат. Реалізація включає визначення партнерів, укладання угод, узгодження цілей і моніторинг результатів спільної діяльності.

43. Які є методи аналізу витрат у комерційній діяльності?

Методи включають аналіз витрат по статтях (прямі і непрямі витрати), калькуляцію собівартості продукції, фінансовий аналіз витрат і доходів, а також використання бюджетного контролю для виявлення і скорочення витрат.

44. Розкрийте роль управління лояльністю клієнтів у комерційній діяльності.

Управління лояльністю клієнтів передбачає створення програм лояльності, персоналізованих пропозицій, високої якості обслуговування і зворотного зв'язку. Це сприяє утриманню клієнтів, підвищенню повторних покупок і збільшенню прибутку.

45. Які стратегії використовуються для збільшення ринкової частки компанії?

Стратегії включають зниження цін, інвестиції в рекламу, розширення асортименту, поліпшення якості продукції, використання нових каналів збуту і покращення обслуговування клієнтів.

46. Як здійснюється управління комерційною репутацією компанії?

Управління репутацією включає моніторинг відгуків про компанію, управління кризовими ситуаціями, підтримку позитивного іміджу через медіа і соціальні мережі, а також активну комунікацію з громадськістю і клієнтами.

47. Які існують підходи до оптимізації процесів в комерційній діяльності?

Підходи включають використання методів процесного управління, автоматизацію рутинних завдань, впровадження lean-методологій для зменшення витрат і покращення ефективності, а також регулярний моніторинг і вдосконалення процесів.

48. Як управляти змінами в комерційній діяльності для досягнення стратегії компанії?

Управління змінами включає розробку плану змін, комунікацію з усіма зацікавленими сторонами, навчання і підтримку персоналу, моніторинг прогресу і коригування стратегії на основі зворотного зв'язку і результатів.

49. Які є методи оцінки рентабельності комерційних інвестицій?

Методи включають аналіз прибутковості на основі показників ROI (Return on Investment), NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rateof Return) і періоду окупності. Це дозволяє оцінити ефективність інвестицій і приймати обґрунтовані рішення.

50. Як впливають макроекономічні фактори на комерційну діяльність підприємства?

Макроекономічні фактори, такі як економічне зростання, інфляція, валютний курс і рівень безробіття, можуть впливати на попит, витрати і прибутковість. Розуміння цих факторів допомагає адаптувати стратегії і плани компанії до змін у економічному середовищі.

51. Які фактори впливають на прийняття рішень в управлінні комерційною діяльністю?

Фактори включають фінансові дані, ринкові умови, конкурентне середовище, потреби і вподобання споживачів, а також юридичні і регуляторні вимоги. Прийняття рішень також базується на стратегічних цілях компанії і внутрішніх ресурсах.

52. Як проводити аналіз ефективності комерційних кампаній і коригувати стратегії?

Аналіз включає збір і оцінку даних про результати кампанії, таких як продажі, охоплення і залучення клієнтів. Коригування стратегій здійснюється на основі отриманих даних, виявлення слабких місць і оптимізації кампаній для досягнення кращих результатів.

53. Які є методи управління інноваційними процесами в комерційній діяльності?

Методи включають створення інноваційних команд, використання методологій управління інноваціями (наприклад, Design Thinking), впровадження ідейних сесій, аналіз трендів і технологічних новинок для впровадження в бізнес-процеси.

54. Розкрийте значення аналітики даних для управління комерційною діяльністю.

Аналітика даних допомагає компаніям отримувати глибоке розуміння ринку, споживачів і ефективності бізнес-процесів. Використання аналітики дозволяє приймати обґрунтовані рішення, оптимізувати стратегії і передбачати майбутні тенденції.

55. Як впроваджуються принципи сталого розвитку в комерційній діяльності?

Принципи сталого розвитку включають зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, соціальну відповідальність і економічну ефективність. Впровадження може включати екологічні ініціативи, етичні практики в бізнесі і підтримку соціальних проєктів.

56. Які є методи управління змінами в організації і їхній вплив на комерційну діяльність?

Методи включають створення плану змін, залучення ключових стейкхолдерів, комунікацію і навчання персоналу, управління опором змінам і оцінку результатів. Управління змінами допомагає забезпечити успішну адаптацію і підтримку комерційних цілей.

57. Як оцінюється ефективність впровадження нових технологій у комерційній діяльності?

Оцінка включає аналіз витрат і вигод від впровадження технологій, вплив на продуктивність, якість обслуговування і прибутковість. Використовуються також показники ROI, ефективність використання технологій і зворотний зв'язок від користувачів.

58. Які особливості управління людськими ресурсами в комерційній діяльності?

Особливості включають підбір і навчання персоналу, мотивацію і розвиток команди, управління продуктивністю і створення сприятливого робочого середовища. Управління людськими ресурсами є критичним для забезпечення ефективної роботи комерційних процесів.

59. Як визначити і управляти ключовими показниками ефективності (KPI) для комерційної діяльності?

KPI визначаються на основі стратегічних цілей компанії і включають показники продуктивності, такі як обсяги продажів, рентабельність, клієнтська задоволеність і ефективність витрат. Управління KPI включає моніторинг і аналіз результатів для покращення бізнес-процесів.

60. Які стратегії використовуються для управління комерційними відносинами з партнерами?

Стратегії включають створення довгострокових партнерств, визначення спільних цілей, регулярну комунікацію і моніторинг результатів співпраці. Важливо також розробити угоди і контракти, які забезпечують взаємні інтереси і обов'язки.

61. Як управляти інвестиціями в інфраструктуру для підтримки комерційної діяльності?

Управління інвестиціями в інфраструктуру включає планування і бюджетування витрат, оцінку потреб і пріоритетів, вибір постачальників і контроль за виконанням проєктів. Це забезпечує ефективну підтримку комерційних процесів і зростання компанії.

62. Які основні підходи до формування асортиментної політики підприємства?

Підходи включають аналіз попиту, конкурентного середовища, витрат на виробництвоі рентабельності. Формування асортиментної політики передбачає визначення ключових продуктів, управління якістю і варіаціями товарів для задоволення потреб споживачів.

63. Як управляти витратами на рекламу і просування товарів і послуг?

Управління витратами включає планування рекламних бюджетів, вибір ефективних каналів комунікації, моніторинг результатів рекламних кампаній і коригування стратегій. Важливо також оцінювати рентабельність витрат і їхній вплив на продажі.

64. Які методи аналізу конкурентного середовища використовуються для прийняття бізнес-рішень?

Методи включають SWOT-аналіз, п’ять сил Портера, аналіз конкурентних стратегій і дослідження ринкових тенденцій. Це допомагає зрозуміти конкурентні переваги і слабкі сторони, а також розробити ефективні стратегії для конкуренції на ринку.

65. Як забезпечити ефективну комунікацію з клієнтами в рамках комерційної діяльності?

Забезпечення ефективної комунікації включає використання різних каналів комунікації, створення персоналізованих повідомлень, своєчасне реагування на запити і зворотний зв’язок. Важливо також підтримувати високий рівень обслуговування і враховувати вподобання клієнтів.

66. Які підходи до оцінки конкурентоспроможності компанії на ринку?

Підходи включають аналіз конкурентних переваг, оцінку ринкової частки, порівняння продукції і цін з конкурентами, а також аналіз споживчих уподобань і трендів. Це допомагає виявити сильні і слабкі сторони компанії в порівнянні з конкурентами.

67. Які існують стратегії управління ланцюгами постачання для оптимізації комерційної діяльності?

Стратегії включають вибір оптимальних постачальників, управління запасами, використання сучасних технологій для моніторингу і управління ланцюгами постачання, а також інтеграцію з партнерами для зменшення витрат і підвищення ефективності.

68. Як здійснюється управління електронною комерцією в сучасних умовах?

Управління електронною комерцією включає розробку та підтримку вебплатформ, управління інтернет-магазинами, забезпечення безпеки транзакцій, моніторинг аналітики продажів, а також адаптацію бізнес-моделей до змін у цифровому середовищі.

69. Які є ключові чинники успішного функціонування електронної комерції?

Чинники включають якість користувацького досвіду, швидкість і надійність вебплатформ, ефективність маркетингових кампаній, безпеку платежів, а також інтеграцію з логістичними і платіжними системами.

70. Як розробляти та реалізовувати стратегії електронної комерції?

Стратегії електронної комерції включають визначення цільової аудиторії, планування цифрових маркетингових кампаній, оптимізацію сайту для пошукових систем, використання соціальних мереж для залучення клієнтів і аналітику поведінки користувачів.

71. Які моделі електронної комерції існують і як їх обрати?

Існують різні моделі електронної комерції, такі як B2B, B2C, C2C і D2C. Вибір моделі залежить від типу бізнесу, цільової аудиторії, асортименту продукції та ресурсів компанії.

72. Які є підходи до управління безпекою даних в електронній комерції?

Підходи включають використання шифрування даних, впровадження протоколів безпеки (SSL/TLS), регулярний аудит безпеки, управління доступом до даних, а також навчання персоналу з питань кібербезпеки.

73. Як забезпечити успішну інтеграцію електронної комерції з логістикою?

Інтеграція включає автоматизацію процесів замовлення і доставки, використання систем управління запасами, співпрацю з логістичними партнерами, а також моніторинг і оптимізацію всього ланцюга постачання для швидкого і точного виконання замовлень.

74. Які цифрові маркетингові інструменти використовуються для підтримки електронної комерції?

Інструменти включають SEO, контекстну рекламу, маркетинг у соціальних мережах, email-маркетинг, контент-маркетинг і програмну рекламу. Важливо також аналізувати ефективність цих інструментів для коригування маркетингових стратегій.

75. Які фактори впливають на вибір постачальників в комерційній діяльності?

Фактори включають ціну, якість, надійність, терміни поставки, географічне розташування, репутацію і можливість довгострокового партнерства. Вибір постачальників також враховує стратегічні цілі компанії і ризики, пов’язані з постачанням.

76. Які методи аналізу ефективності комерційних процесів використовуються в сучасному менеджменті?

Методи включають аналіз бізнес-процесів, використання показників ефективності, оцінку витрат і вигод, а також застосування сучасних техно-

логій для моніторингу і оптимізації процесів.

77. Як здійснюється управління змінами в комерційній діяльності в умовах кризи?

Управління змінами включає розробку антикризових планів, мобілізацію ресурсів, комунікацію з працівниками і клієнтами, моніторинг ринкових умов і адаптацію стратегій до змін у середовищі.

78. Які є підходи до управління клієнтськими відносинами в умовах високої конкуренції?

Підходи включають створення унікальних пропозицій, підтримку високого рівня обслуговування, персоналізацію продуктів і послуг, активну комунікацію і зворотний зв'язок з клієнтами, а також управління репутацією і лояльністю.

79. Як забезпечити ефективність роботи комерційних підрозділів компанії?

Ефективність забезпечується через чітке планування завдань, мотивування персоналу, використання KPI для моніторингу результатів, оптимізацію процесів, навчання і розвиток працівників, а також регулярний аналіз і вдосконалення роботи підрозділів.

80. Які є стратегії диверсифікації у комерційній діяльності?

Стратегії включають розширення асортименту продукції, вихід на нові ринки, інвестиції в нові галузі, створення партнерських відносин і злиття з іншими компаніями. Диверсифікація допомагає зменшити ризики і підвищити стійкість бізнесу.

81. Як використовуються інформаційні технології для підтримки комерційної діяльності?

Інформаційні технології включають автоматизацію бізнес-процесів, використання CRM-систем для управління клієнтськими відносинами, аналітичні інструменти для прийняття рішень і комунікаційні платформи для підвищення ефективності роботи.

82. Як проводити аналіз ринку для розробки стратегії комерційної діяльності?

Аналіз ринку включає дослідження споживчих уподобань, вивчення конкурентного середовища, аналіз ринкових тенденцій, оцінку потенціалу зростання і ризиків. Це дозволяє розробити ефективну стратегію, адаптовану до умов ринку.

83. Які особливості управління комерційними проєктами в міжнародному контексті?

Особливості включають врахування культурних і юридичних відмінностей, планування логістики, управління ризиками, пов'язаними з міжнародними операціями, та адаптацію продуктів і послуг до потреб місцевих

ринків.

84. Як здійснюється стратегічне планування в комерційній діяльності?

Стратегічне планування включає визначення місії і бачення компанії, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, постановку стратегічних цілей, розробку планів дій і моніторинг виконання стратегії.

85. Які є методи управління витратами в умовах економічної нестабільності?

Методи включають оптимізацію ресурсів, зниження операційних витрат, використання альтернативних постачальників, аналіз і перерозподіл бюджету, а також впровадження енергоефективних технологій.

86. Як визначати і управляти ключовими ризиками в комерційній діяльності?

Визначення ризиків включає ідентифікацію потенційних загроз, оцінку ймовірності і впливу, розробку планів реагування і моніторинг ризиків. Управління ризиками допомагає зменшити невизначеність і забезпечити стабільність бізнесу.

87. Які фактори впливають на формування цінової стратегії в комерційній діяльності?

Фактори включають витрати на виробництво, попит на продукцію, конкурентне середовище, ринкові умови, регуляторні вимоги і цільову аудиторію. Формування цінової стратегії базується на аналізі цих факторів і стратегічних цілях компанії.

88. Як використовувати маркетингові інструменти для підвищення продажів у комерційній діяльності?

Маркетингові інструменти включають рекламні кампанії, цифровий маркетинг, PR-акції, програми лояльності, спеціальні пропозиції і знижки. Важливо також аналізувати ефективність використаних інструментів і адаптувати стратегію до ринкових умов.

89. Які є підходи до управління якістю у комерційній діяльності?

Підходи включають впровадження стандартів якості, моніторинг виробничих процесів, управління відгуками клієнтів, регулярне навчання персоналу і використання сучасних технологій для забезпечення відповідності продукції стандартам.

90. Як здійснювати управління персоналом у контексті комерційної діяльності?

Управління персоналом включає підбір і адаптацію нових співробітників, мотивацію і розвиток працівників, управління продуктивністю, створення сприятливого робочого середовища і забезпечення відповідності кваліфікації вимогам роботи.

91. Які методи оцінки ефективності рекламних кампаній використо-

вуються в комерційній діяльності?

Методи включають аналіз ROI, оцінку охоплення і залучення аудиторії, моніторинг продажів і впізнаваності бренду, а також зворотний зв'язок від клієнтів. Це дозволяє оптимізувати рекламу і підвищити її ефективність.

92. Як здійснюється управління стратегією бренду в комерційній діяльності?

Управління брендом включає розробку ідентичності бренду,комунікацію з аудиторією, забезпечення якості продукції і послуг, управління репутацією і використання маркетингових інструментів для підвищення впізнаваності і лояльності.

93. Які фактори необхідно враховувати при виборі каналів розподілу продукції?

Фактори включають охоплення ринку, витрати на логістику, доступність і зручність для споживачів, надійність каналів, а також можливість контролю якості і швидкості поставок. Вибір каналів розподілу впливає на доступність і популярність продукції.

94. Як забезпечити сталий розвиток компанії в умовах зростаючої конкуренції?

Сталий розвиток забезпечується через інновації, ефективне управління ресурсами, диверсифікацію продукції, підтримку високої якості, розширення ринків збуту і адаптацію до змін у зовнішньому середовищі.

95. Які є підходи до управління прибутковістю у комерційній діяльності?

Підходи включають аналіз рентабельності, оптимізацію витрат, цінову політику, управління асортиментом і використання маркетингових інструментів для підвищення продажів. Це дозволяє підтримувати стабільну прибутковість і зростання бізнесу.

96. Як здійснюється управління стратегіями злиття і поглинання у комерційній діяльності?

Управління включає оцінку цілей для злиття або поглинання, проведення переговорів, інтеграцію бізнес-процесів, управління ризиками і моніторинг результатів. Це забезпечує ефективність угоди і досягнення стратегічних цілей компанії.

97. Які є методи залучення інвестицій у комерційну діяльність?

Методи включають розробку бізнес-планів, проведення презентацій для інвесторів, використання венчурного капіталу, залучення кредитних ресурсів, а також випуск акцій і облігацій. Це допомагає залучити необхідні ресурси для розвитку бізнесу.

98. Як забезпечити ефективність логістики у комерційній діяльності?

Ефективність логістики забезпечується через оптимізацію ланцюгів по-

стачання, управління запасами, використання сучасних технологій для моніторингу і контролю, а також впровадження екологічно чистих і енергоефективних рішень.

99. Які є стратегії залучення нових клієнтів у комерційній діяльності?

Стратегії включають активне використання маркетингових кампаній, партнерські програми, розвиток цифрових каналів продажу, покращення обслуговування клієнтів і використання інноваційних продуктів і послуг.

100. Як здійснюється управління корпоративною соціальною відповідальністю у комерційній діяльності?

Управління включає розробку програм соціальної відповідальності, підтримку екологічних ініціатив, участь у благодійних проєктах, забезпечення етичних стандартів і активну комунікацію з громадськістю. Це підвищує репутацію компанії і сприяє сталому розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Швиданенко Г. О., Дмитренко А. І. Бізнес-діагностика підприємства : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2013.448 с.
2. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 15.11.2024р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 25.06.2024).
3. Живець А. М., Комліченко О. О., Наконечна В. І. Комерційна діяльність : навч. посіб. Херсон : Олді+, 2021. 308 с.
4. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
5. Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. Клієнтоорієнтованість як нова парадигма ведення бізнесу // Економіка та держава. 2018. № 9. С. 75–78.
6. Овсак О. П., Воркель М. В. Комерційна діяльність підприємства та управління ризиками її здійснення // Економіка. Фінанси. Право. 2018. № 1. С. 32–35.
7. Комерційна діяльність: методичні вказівки до написання курсових робіт / уклад. Р. А. Дименко. Київ : КНУБА, 2023. 20 с.
8. Комерційна діяльність : підручник / за ред. П. Ю. Балабана. Харків : Світ книг, 2018. 452 с.
9. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Управління комерційною діяльністю» для студентів денної та заочної форм навчання. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/52749/lek.PDF (дата звернення: 25.06.2024).
10. Причепа І., Лесько О., Горенко, Р. До питання комерційної діяльності: поняття, фактори впливу, особливості управління за сучасних умов // Економіка та суспільство. 2022. №35. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-39 (дата звернення: 25.06.2024).
11. Сотник А., Бірюченко С. Бізнес-діагностика комерційної діяльності промислового підприємства // Економіка та суспільство. 2023. №48. URL:https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-88 (дата звернення: 25.06.2024).
12. Виробнича логістика : навч. посіб. / О. М. Сумець та ін. Харків : ТОВ «Пром-Арт», 2021.120 с.
13. Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В. Електронна комерція : навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 244 с. URL:

http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/178 (дата звернення: 25.06.2024).

14. Янчева Л. М., Лисак Г. Г., Круглова О. А. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю : монографія. Харків : Вид-во І. С. Іванченка, 2016. 210 с.

15. Strielkina Anastasiia. What Is SWOT Analysis and How to Do It Correctly. Software Development Hub. Feb 20, 2023. URL: https://sdh.global/blog/development/what-is-a-swot-analysis-and-how-to-do-it-correctly (дата звернення: 25.06.2024).

Електронне навчальне видання

Кавецький Вячеслав Валерійович

Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни «Менеджмент комерційної діяльності» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент виробничої та комерційної діяльності»)

Рукопис оформив: *В. Кавецький*

Редактор: *С. Васюта*

Оригінал-макет виготовлено в *РВВ ВНТУ*

Підписано до видання 06.01.2025 р.
Гарнітура TimesNewRoman.
Зам. № Р2025-002

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
Редакційно-видавничий відділ.
ВНТУ, ГНК, к. 114.
Хмельницьке шосе, 95,
м. Вінниця, 21021.
press.vntu.edu.ua;
Email: irvc.vntu@gmail.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК No 3516 від 01.07.2009 р.