

Автономная некоммерческая организация  
высшего образования  
«ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»  
(АНО ВО «ИЭУ»)

Кафедра «Менеджмент»

**УТВЕРЖДЕНА**

Решением Ученого совета

Протокол № 29/01

от « 29 » января 20 16 г.

Ректор АНО ВО «ИЭУ»

\_\_\_\_\_ В.Д.Бушуев

« 29 » января 20 16 г.

**Рабочая учебная программа**

дисциплины

**«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ  
(ОРГАНИЗАЦИИ)»**

(заочная форма обучения)

Для направления подготовки:	380301 «Экономика»
Профиль подготовки:	« «Экономика предприятий и организаций»
Квалификация (степень) выпускника	Академический бакалавр

Тула 2016

Рабочую учебную программу разработала Туликова А.И., к.э.н.

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (далее именуется – ФГОС ВО) с учетом профиля «Экономика предприятий и организаций».

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» (Б3.В.ОД.5) относится к вариативной части дисциплин для направления подготовки 38.03.01 «Экономика», профиль «Экономика предприятий и организаций» и является дисциплиной, обязательной для изучения.

Рабочая учебная программа рассмотрена на заседании кафедры «Менеджмент» «25» января 2016 г., протокол № 25/01.

## 1. Цели освоения дисциплины

В условиях рынка предприятия устанавливают принципиально новые отношения с партнерами, действуют свойственные рыночной экономике регуляторы, вырабатываются коммерческие принципы, направленные на целенаправленную куплю-продажу товаров.

Современный экономист обязан владеть основами эффективного хозяйствования и коммерческого предпринимательства.

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» изучается студентами направления «Экономика», профиль подготовки – «Экономика предприятия» (уровень подготовки - бакалавриат) - на четвертом курсе (при сокращенном сроке освоения – на третьем курсе).

**Целью** дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» являются изучение и практическое освоение коммерческой деятельности предприятий (организаций). Для осуществления профессиональной деятельности коммерсант должен обладать экономическими, организационными и правовыми знаниями, что способствует повышению эффективности коммерческих процессов.

**Основными задачами** дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» являются:

- изучение сущности коммерческой деятельности как рыночной категории и ее роли в эффективном хозяйствовании предприятия;
- овладение методами изучения рынка товаров;
- приобретение знаний, необходимых для планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, их доставки, приемки и хранения, транспортно-экспедиционного обслуживания; обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия.

Содержание программы дисциплины и методика его преподавания базируются на положениях ФГОС ВО.

Бакалавр по направлению подготовки 38.03.01 Экономика должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

расчетно-экономическая деятельность:

- подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;
- разработка экономических разделов планов предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств;

аналитическая, научно-исследовательская деятельность:

- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;
- обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей;
- анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов;
- построение стандартных теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов;
- анализ и интерпретация показателей, характеризующих социально-экономические процессы и явления на микро- и макро-уровне как в России, так и за рубежом;
- подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов;
- проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов;
- участие в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности,

подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке вариантов управленческих решений, обосновании их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений;
- организация выполнения порученного этапа работы;
- оперативное управление малыми коллективами и группами,
- сформированными для реализации конкретного экономического проекта;
- участие в подготовке и принятии решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности экономических служб и подразделений предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств с учетом правовых, административных и других ограничений.

## **2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Основы бизнеса», «Логистика», «Экономика предприятия (организации)».

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» взаимосвязана с другими образовательными компонентами подготовки бакалавров, такими как:

1. «Менеджмент»;
2. «Маркетинг» и др..

Взаимосвязи проявляются в том, что каждая из дисциплин, с разных точек зрения, исследует проблемы и специфику деятельности предприятий в современных конкурентных экономических условиях.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате изучения дисциплины у студенты должны обладать следующими

**общекультурными компетенциями (ОК):**

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-6);

**общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

- способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2);
- способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4).

**профессиональными компетенциями (ПК):**

- способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1).

В результате освоения содержания дисциплины студент должен :

**знать:**

- структуру и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач коммерческого предприятия;
- принципы и способы организации управления коммерческой деятельностью
- планирование и организацию коммерческой деятельности предприятия;
- методы осуществления коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;
- технологию коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и розничной торговле;
- формирование товарного ассортимента и цен на товары и факторы, их обуславливающие;
- порядок государственного регулирования и регламентирования деятельности предприятия в области коммерции.

**уметь:**

- планировать и организовать снабжение и сбыт на предприятии;
- определять объемы оптовых закупок и продаж товаров;
- определять требования потребителей к товару, соотношение его цены и качества;
- проводить коммерческие переговоры, заключать договора купли-продажи;
- организовать и управлять торговыми процессами и операциями в предприятиях торгово-посреднического звена и розничной торговли;
- управлять товарными запасами;
- формировать оптимальный торговый ассортимент и применять методы ценообразования.
- моделировать и применять компьютерные технологии в процессе коммерческой деятельности.

**владеть** методами изучения рынка товаров; необходимыми навыками планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Содержанием дисциплины предусмотрено проведение преподавателем лекций, практических занятий и самостоятельная работа студента.

Объем и виды учебной работы представлены в тематических планах.

Содержание по видам учебной работы определяется методическими рекомендациями, включенными в учебно-методический комплекс по дисциплине.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, или 108 часа.

Вид учебной работы	Количество часов
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108</b>
В том числе:	
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>18</b>
В том числе:	
Лекции	8
Практические занятия	8
Контроль самостоятельной работы студента	2
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>81</b>
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	
Экзамен	9

#### 4.1. Тематический план изучения дисциплины

№ п/п	Название разделов и тем, форма контроля	Количество часов					
		Всего часов	В том числе				
			Аудиторные занятия				Самостоятельная работа студентов
			лекции	практические занятия	контроль само- стоятельной работы	Промежуточная аттестация	
1.	Тема 1. Концепция коммерческой деятельности: сущность и принципы	25	1	2			22
2.	Тема 2. Внутрифирменное планирование коммерческой деятельности	24	2				22
3.	Тема 3. Коммерческая деятельность по снабжению предприятия материально-техническими ресурсами	24	1	2*			21
4.	Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту продукции	24	1	4*			21
5.	Тема 5. Специфика сферы товарного обращения и ассортиментная политика	24	2				22
6.	Тема 6. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	24	1				23
7.	Тема 7. Коммерческая деятельность по розничной продаже товаров	24	2				22
	Контрольная работа	2			2		
	Экзамен	9				9	
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>81</b>

\*занятие проводится в интерактивной форме

## 4.2. Содержание дисциплины

Изучение дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» включает следующие виды взаимосвязанной работы:

- общая аудиторная работа (лекционные, практические занятия, контроль самостоятельной работы);
- самостоятельная работа студентов по изучению курса с использованием учебников, учебных пособий, иных электронных образовательных ресурсов, консультаций с ведущими дисциплину преподавателями;
- работа по выполнению контрольной работы по избранной теме;
- подготовка и сдача экзамена.

### **Тема 1. Концепция коммерческой деятельности: принципы и сущность**

Объекты и субъекты (участники) коммерческой деятельности. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Сущность коммерческой системы: структура, цели, задачи, принципы. Заключение и реализация договоров и контрактов. Коммерческие связи: классификационные признаки. Работа с поставщиками товаров. Организация оптовой закупки и продажи товаров. Специфика биржевой, ярмарочной и аукционной торговли. Коммерческая деятельность при оптовых закупках материальных ресурсов на промышленных предприятиях. Приемка товаров на складе по критериям количества и качества. Сбыт продукции – один из аспектов коммерческой деятельности предприятия. Содержание розничной торговли.

Принципы коммерческой деятельности с учетом социальной ориентацией бизнеса. Связь коммерции с принципами маркетинга. Гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка. Коммерческие риски. Выделение приоритетов. Социально-деловая активность с ответственностью за результаты труда перед обществом и выполнение принятых обязательств по торговым сделкам. Нацеленность на достижение конечного результата – прибыли.

### **Тема 2. Внутрифирменное планирование коммерческой деятельности**

Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования. Технология планирования коммерческой деятельности. Стратегическое планирование и обоснование выгодной зоны рыночного присутствия – матрица BCG. Выбор целевого рынка. План проникновения в новые сегменты сбыта. Принятие управленческих решений о стратегиях проникновения на рынки сбыта, ценовой политике, товарном ассортименте и комплексе сервисных услуг. Бизнес – план как системный документ рыночной устойчивости. Целевые функции бизнес-плана, этапы разработки и структура. Бизнес операция как форма выражения оперативного планирования коммерческих сделок. Ресурсное обеспечение бизнес операции от её замысла до завершения.

### **Тема 3. Коммерческая деятельность по снабжению предприятия материально-техническими ресурсами**

Организация коммерческих связей: классификационные признаки. Выбор потенциального поставщика. Критерии выбора поставщика. Порядок заключения и расторжения договоров. Условия поставки товаров: основные обязанности поставщика и покупателя, момент перехода права собственности от продавца к покупателю. Цена поставляемой продукции, упаковка и маркировка, погрузка на транспортные средства, доставка до перевозчика, страхование перевозки, выгрузка на складе покупателя.

Формирование заказа на закупку продукции. План закупки. Суммарные затраты и расчет оптимальной партии закупки.

Формы расчетов при закупке товаров: платежные поручения, вексельная форма, чеки, аккредитивы, форма клиринга и другие.

Правовая и нормативная база, применяемая в коммерческой деятельности по закупкам товаров.

#### **Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту продукции**

Сбыт продукции - один из аспектов коммерческой деятельности промышленного предприятия. Организационная форма управления сбытом: цели, задачи, принципы и функции. Сбытовая политика предприятия: выбор наиболее выгодных каналов сбыта, анализ и планирование региональной дистрибуции, систематизация работы с клиентами.

Содержание сбытовой программы предприятия. Прогнозирование объема сбыта (продаж) – составная часть разработки сбытовой программы. Методы прогнозирования сбыта продукции. Виды сбыта продукции: прямой, косвенный, интенсивный, селективный (выборочный), нацеленный, ненацеленный. Годовой план сбыта.

Формирование портфеля заказов предприятия – составная часть планирования сбыта продукции на предприятии. Факторы, оказывающие влияние на формирование портфеля заказов: размер производственных мощностей, наличие финансовых, материальных и трудовых ресурсов.

Ценовая политика сбыта. Мировые цены, цена контракта: твердая, скользящая, с последующей фиксацией. Определение порога продажной цены. Цена франко с учетом возмещения транспортных расходов по доставке продукции.

Содержание оперативно – сбытовой деятельности. Порядок и документальное оформление сдачи готовой продукции из цехов на склад. Подготовка готовой продукции к отправке покупателям. Комплектование заказов товарополучателей. Документальное оформление отгрузки товаров покупателям. Коммерческие отношения с транспортными организациями в процессе отгрузки готовой продукции.

#### **Тема 5. Специфика сферы товарного обращения и ассортиментная политика**

Сущность сферы товарного обращения. Особенности коммерческо-посреднической деятельности. Предпринимательское посредничество: институты посредников. Маркетинг сферы услуг: классификационные признаки услуг. Концепция услуг аутсорсинга в коммерции: принципы, организационные этапы реализации.

Ассортиментная политика в коммерции. Принципы и оценочные показатели ассортимента. Влияние жизненного цикла товара на ассортиментную политику. Формирование ассортимента выпускаемой и новой продукции на предприятиях. Основные этапы разработки нового изделия. Критерии оценки нового изделия.

Ассортиментная политика в оптовых и розничных предприятиях. Принципы подбора товарного ассортимента в магазинах. Роль товарных запасов в обеспечении устойчивости товарного ассортимента. Оценочные модели ассортимента ABC и XYZ. Управление товарными запасами на складах оптовых предприятий и в магазинах розничной торговли. Категорийный менеджмент - современный вид управления ассортиментной политикой.

#### **Тема 6. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров**

Социально-экономическая сущность оптовой торговли: структура, классификационные признаки. Значение маркетинга оптовой торговли: цели, задачи, принципы и функции. Формы и технология оптовой продажи товаров. Оптовые торговые услуги. Оптовый рынок. Преимущества функционирования оптового рынка. Прогрессивные формы оптовой торговли: товарные биржи, ярмарки, выставки, аукционы. Торговый дом, оптовый торговый цент, дистрибьюторский центр, брокерские, дилерские агентства. Специфика оптовой торговли отдельными группами товаров. Виды торговых сделок. Договор купли-продажи. Договоры комиссии, консигнации, мены и бартера. Маркетинговые решения торговых предприятий об ассортименте, цене товара, стимулировании продажи. Особенности фирменной торговли.

## **Тема 7. Коммерческая деятельность по розничной продаже товаров**

Розничная торговля – активный элемент маркетинга. Формы и методы розничной торговли: типы предприятий. Отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям. Организационные этапы розничной торговли. Операции розничной торговли. Услуги, оказываемые розничными магазинами. Качество и сервисность обслуживания потребителей. Сервисный потенциал компании.

Специфика сетевой торговли. Система франчайзинга. Организационная структура построения центрального офиса сетевой торговли. Особенности и преимущества организации сетевой торговли. Система стимулирования системы ритейлинга.

Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин (модулей), и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 – 30% аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС ВО с учетом специфики ООП). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

Преподаватели имеют право выбирать методы и средства обучения, наиболее полно отвечающие их индивидуальным особенностям и обеспечивающие высокое качество усвоения студентами учебного материала. В тоже время, необходимо обеспечивать эффективность образовательного процесса и высокое качество подготовки студентов.

Глубоко изучив содержание учебной дисциплины, преподавателю целесообразно определить наиболее предпочтительные методы обучения и формы самостоятельной работы студентов, адекватные видам лекционных и практических занятий.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения реализации учебной программы осуществляется АНО ВО «ИЭУ» самостоятельно, исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения образовательной программы, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и ЛОВЗ.

В целях реализации рабочей программы для инвалидов и ЛОВЗ применяются специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

**Лекция** – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;

- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;

- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

Преподаватель, читающий лекционные курсы в вузе, должен знать существующие в педагогической науке и используемые на практике варианты лекций, их дидактические и воспитывающие возможности, а также их методическое место в структуре процесса обучения.

При изложении материала важно помнить, что почти половина информации на лекции передается через интонацию. Необходимо учитывать тот факт, что первый кризис внимания студентов наступает на 15 – 20-й минутах, второй – на 30 – 35-й минутах.

**Практические занятия** проводятся в целях расширения и углубления знаний, выработки практических умений и приобретения навыков в решении практических задач, разработке и оформлении документов, практического овладения навыками профессиональной деятельности. Главным их содержанием является практическая работа каждого студента.

Цель практических занятий – закрепить отдельные аспекты проблемы в дополнение к лекционному материалу, обучить студентов грамотно и аргументировано излагать свои мысли.

Практические занятия проводятся в виде семинаров в соответствии с тематическим планом проведения практических занятий.

**Самостоятельная работа** студентов имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, поиск и приобретение новых знаний, в том числе с использованием компьютеров, подготовку к предстоящим практическим занятиям, контрольной работе, зачетам и экзаменам.

Она предусматривает, самостоятельное изучение отдельных тем, выполнение контрольных тестов, подготовку сообщений, эссе и рефератов по тематике практических занятий в соответствии с учебной программой изучения дисциплины.

Основной целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, которые необходимы для углубленного изучения дисциплины.

Самостоятельная работа проводится для того, чтобы студент умел самостоятельно изучать, анализировать, перерабатывать и излагать изученный материал. В условиях заочного обучения студенту необходимо – закрепить знания, умения и навыки, полученные в ходе аудиторных занятий (лекций, практики). Это актуализирует процесс образования и наполняет его осознанным стремлением к профессионализму.

Самостоятельная работа студента должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной.

Необходимо предусмотреть развитие форм самостоятельной работы, выводя студентов к завершению изучения учебной дисциплины на её высший уровень.

Пакет заданий для самостоятельной работы следует выдавать в начале изучения дисциплины, определив предельные сроки их выполнения и сдачи. Организуя самостоятельную работу, необходимо постоянно обучать студентов методам такой работы.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателями, при этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос, оценка сообщений и письменных работ студентов на практических занятиях, контрольная работа (тестирование).

**Контрольная работа** выполняется студентом самостоятельно. Процесс подготовки и написания контрольной работы способствует формированию у студента приемов самостоятельного научного и практического подхода к изучению дисциплины, повышению теоретической подготовки, более полному усвоению излагаемого материала, применению его на практике.

Основными целями написания контрольной работы являются: расширение и углубление знаний студента, выработка приемов и навыков в анализе теоретического и практического материала, а также обучение логично, правильно, ясно, последовательно и кратко излагать свои мысли в письменном виде.

Студент, со своей стороны, при выполнении контрольной работы должен показать умение работать с литературой, давать анализ соответствующих источников, аргументировать сделанные в работе выводы и, главное, – раскрыть выбранную тему.

Контрольная работа выполняется в виде письменного ответа на вопросы, решения задач, выполнения контрольных заданий или практической проверки выполнения студентом различных заданий, тестов.

## **Характеристика методик проведения занятий с применением интерактивных форм обучения**

Интерактивные занятия проводятся по следующему алгоритму:

- 1) подготовка занятия;
- 2) вступление;
- 3) основная часть;
- 4) выводы.

**Методика «вопрос – ответ».** Данная методика – это разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определенная форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.

**Свободно плавающая дискуссия.** Сущность данного вида дискуссии состоит в том, что группа к результату не приходит, но активность продолжается за рамками занятия. В основе такой процедуры лежит групповая работа, характеризующаяся высоким качеством запоминания незавершенных действий, поэтому участники продолжают «домысливать» наедине идеи, которые оказались незавершенными.

1. Подготовка занятия. При организации дискуссии в учебном процессе обычно ставятся сразу несколько учебных целей, как чисто познавательных, так и коммуникативных. При этом цели дискуссии тесно связаны с ее темой.

В результате дискуссии должны быть достигнуты такие цели, как сбор и упорядочение информации, поиск альтернатив, их теоретическая интерпретация и методологическое обоснование. Если тема дискуссии узкая, то дискуссия может закончиться принятием решения.

2. Вступление. На этой стадии студенты адаптируются к проблеме и в это время вырабатывается определенная установка на решение поставленной проблемы, с помощью вопросов и ответов уточняется понятийный аппарат, рабочие определения изучаемой темы. Систематическое уточнение понятийного аппарата формирует у студентов установку, привычку оперировать только хорошо понятными терминами, не употреблять малопонятные слова, систематически пользоваться справочной литературой.

3. Основная часть – стадия оценки – предполагает ситуацию сопоставления, конфронтации и даже конфликта идей. Эта стадия включает обмен мнениями, сбор мнений, идей, предложений; оперативный анализ высказанных идей, мнений, позиций, через определенные интервалы (каждые 10—15 минут) и подведение промежуточных итогов студентом-ведущим.

4. Выводы – стадия рефлексии – выработка определенных единых или компромиссных мнений, позиций, решений. На этом этапе осуществляется контролирующая функция занятия. Задачи этапа: проанализировать и оценить проведенную дискуссию, подвести итоги, результаты. Для этого надо сопоставить сформулированную в начале дискуссии цель с полученными результатами, сделать выводы, вынести решения, оценить результаты, выявить их положительные и отрицательные стороны. Принять групповое решение, при этом следует

подчеркнуть важность разнообразных позиций и подходов. в заключительном слове подвести группу к конструктивным выводам, имеющим познавательное и практическое значение.

### **Методика Case-study**

Метод анализа конкретной ситуации (ситуационный анализ, анализ конкретных ситуаций, case-study) – основывается на моделировании ситуации или использования реальной ситуации в целях анализа данного случая, выявления проблем, поиска альтернативных решений и принятия оптимального решения проблем по конкретному предприятию.

Ситуационный анализ (разбор конкретных ситуаций, case-study), дает возможность изучить сложные или эмоционально значимые вопросы в безопасной обстановке, а не в реальной жизни с ее угрозами, риском, тревогой о неприятных последствиях в случае неправильного решения. Case-study – эффективный метод активизации учебно-познавательной деятельности обучаемых.

Цель занятия - проанализировать данные ситуации, найденные решения, используя при этом приобретенные теоретические знания.

#### **1. Подготовка занятия.**

Внимательно ознакомиться с ситуацией, попытаться войти в положение группы и каждого из участников; определить значение фактора времени при решении ситуации; определить очередность действий или последовательность оказания помощи; определить приемы, которые необходимо применить; решить, какие инструменты требуются для решения конкретной задачи и что можно сделать при их отсутствии; из нескольких возможных вариантов решений выбрать и обосновать оптимальный вариант; рассмотреть, как и с помощью чего участник, оказавшийся в затруднительной ситуации, может выйти из неё без помощи товарищей.

#### **2. Вступление.**

Для того, чтобы учебный процесс на основе case-study был эффективным, важны два момента: хороший кейс и определенная методика его использования в учебном процессе. Кейс – не просто правдивое описание событий, а единый информационный комплекс, позволяющий понять ситуацию. Кроме того, он должен включать набор вопросов, подталкивающих к решению поставленной проблемы.

#### **3. Основная часть.**

На практических занятиях организуется индивидуальная, парная и групповая работа, применяются исследовательские проекты, идет работа с документами и различными источниками информации, используются элементы творческой работы.

Технология работы с кейсом в учебном процессе включает в себя

- 1) индивидуальная самостоятельная работа обучаемых с материалами кейса (идентификация проблемы, формулирование ключевых альтернатив, предложение решения или рекомендуемого действия);
- 2) работа в малых группах по согласованию видения ключевой проблемы и ее решений;
- 3) презентация и экспертиза результатов малых групп на общей дискуссии (в рамках учебной группы).

#### **4. Выводы (рефлексия).**

### **Исследовательский метод.**

В основе исследовательского, эвристического (частично-поискового) методов лежит проблемное обучение. Эти методы в наибольшей степени удовлетворяют требованиям компетентностного подхода, направленного на развитие активности, ответственности и самостоятельности в принятии решений.

Исследовательская форма проведения занятий с применением элементов проблемного обучения предполагает следующую деятельность обучающихся:

-ознакомление с областью и содержанием предметного исследования;

- формулировка целей и задач исследования;
- сбор данных об изучаемом объекте (явлении, процессе);
- проведение исследования (теоретического или экспериментального) – выделение изучаемых факторов, выдвижение гипотезы, моделирование и проведение эксперимента.
- объяснение полученных данных;
- формулировка выводов, оформление результатов работы.

Данный подход дает возможность понять ход исследования, различные трактовки полученных данных и нахождения правильной, соответствующей реальности, точки зрения.

Исследовательская деятельность позволяет сформировать такие ключевые компетенции, как самостоятельность при принятии решений, развивает наблюдательность, воображение, умение нестандартно мыслить, диалектически воспринимать явления и закономерности окружающего мира, выражать и отстаивать свою или групповую точку зрения.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

### **6.1. Примерная тематика практических занятий**

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1**

##### **Тема 1. Концепция коммерческой деятельности: сущность и принципы**

Цель занятия: представление сущности и содержания коммерческой работы в торговле

#### **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Дать определение коммерческой деятельности. Определить различие и идентичность понятий «коммерция» и «предпринимательство».
2. Охарактеризовать развитие коммерческой деятельности в России.
3. Назвать главные задачи развития и совершенствования коммерческой деятельности на современном этапе.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2**

(занятие проводится в интерактивной форме)

##### **Тема 3. Коммерческая деятельность по снабжению предприятия материально-техническими ресурсами**

Цель занятия: приобретение навыков в использовании основных механизмов закупочной деятельности.

Закупка материальных ресурсов на промышленном предприятии рассматривается в системе коммерции и является связующим звеном трех важнейших элементов деятельности предприятия: производственной, финансовой и сбытовой.

При закупке материальных ресурсов первостепенное значение имеет использование инструментов маркетинга в процессе оценки конъюнктуры рынка сырья и материалов, определения ценовой политики.

Составной частью коммерческой деятельности по закупкам материальных ресурсов является организация хозяйственных связей и выбор поставщика. Хозяйственные связи по поставкам продукции включают экономические, организационно-правовые и финансовые отношения между изготовителями и потребителями. Выбор поставщика осуществляется в том случае, когда среди поставщиков нет монополизма. При прочих равных условиях предпочтительнее воспользоваться услугами местных поставщиков. Когда поставщиков немного (2 или 3), то критериями выбора наиболее выгодного из них служат сравнительные производственные мощности, цены на закупаемые материалы, надежность поставщиков.

Выбор наиболее выгодного для предприятия поставщика имеет большое значение, так как от последнего зависит величина затрат на закупку материальных ресурсов.

Установление хозяйственных связей завершается заключением договора поставки между поставщиком и потребителем. При заключении договора поставки исключительно важное значение имеют такие условия договора как цена закупаемых материально-технических ресурсов, их качество, формы расчетов.

Рационального объема закупок можно достичь только при условии интеграции производства, закупок и сбыта, поскольку приобретать в этом случае нужно то количество материальных ресурсов, которое необходимо для удовлетворения спроса потребителей с учетом производственных возможностей.

С закупкой материальных ресурсов непосредственно связано определение экономической партии заказа, от размера последней зависит сумма финансовых средств, которые необходимо затратить на закупку. На величину закупок сырья и материалов оказывает определенное влияние количество материальных запасов на складе предприятия. Поэтому требуется регулирование запасов.

Все перечисленные коммерческие функции, связанные с закупкой материальных ресурсов, непосредственно влияют на финансовые результаты предприятия.

### **Задача №1**

Предприятие закупает деталь Д, годовая потребность предприятия в этой детали - 1500 ед., годовые расходы на хранение одной детали на складе - 0,1 тыс. руб., затраты на размещение и выполнение одного заказа - 8,33 тыс.руб.

**Определите** экономичный размер заказа (экономичную партию заказа деталей Д).

**Пояснения к решению задачи.** Размер экономической партии заказа определяется по формуле:

$$q_3 = \sqrt{(2C*S)/i}$$

где  $q_3$  - размер экономической партии заказа;

$C$  - затраты, связанные с размещением и выполнением одного заказа;

$S$  - годовой спрос (годовая потребность) детали;

$i$  - годовые затраты на хранение одной детали на складе.

Экономичная партия заказа - количество, которое обеспечивает минимальные суммарные годовые затраты на размещение, выполнение заказа и хранение запаса.

Расходы на размещение и выполнение заказа включают затраты, связанные с поиском поставщика, заключением контракта с поставщиком, контролем выполнения заказа, стоимостью обработки заказа, а также стоимостью доставки материалов покупателю.

Расходы на хранение запаса на складе включают плату за аренду склада (если он арендуется), все затраты на складские операции, на рабочую силу, содержание складского оборудования, электроэнергию, материалы для текущего ремонта склада и некоторые другие.

**Решение:**

По условиям данной задачи размер экономической партии деталей составит:

$$q_3 =$$

**Задача №2**

Предприятие закупает у поставщика хлопчатобумажную ткань. Годовой объем спроса ткани составляет 8200м. Принимаем, что годовой спрос равен объему закупки. Продолжительность цикла заказа (временной интервал между размещением заказа и его получением) составляет неделю.

*Рассчитайте* точку возобновления заказа при условии, что на предприятии ткань расходуется неравномерно и поэтому требуется резервный запас ткани, равный 150 м.

При расчете принять, что в году 50 недель.

**Пояснения к решению задачи.** Точка возобновления заказа ( $T_3$ ) определяется по формуле:

$$T_3 = P_3 * t_{ц} + Z_p,$$

где  $P_3$  - средний расход ткани в расчете на единицу продолжительности заказа;

$t_{ц}$  - продолжительность заказа;

$Z_p$  - размер резервного (гарантийного) запаса.

Так как в данной задаче продолжительность цикла заказа равна одной неделе, то средний расход ткани ( $P_3$ ) на единицу продолжительности заказа составит:

**Решение:**

Точка возобновления заказа ( $T_3$ ) будет равна:

$$T_3 =$$

**Задача №3**

Предприятие закупает материал у поставщика партиями ( $\Pi$ ) 250 ед. по цене ( $\Pi$ ) 4 тыс. руб. за единицу. Годовой объем закупок этого материала составляет 2500 ед. ( $S$ ). Расходы на размещение и выполнение одного заказа ( $C$ ) равны 25 тыс. руб., а годовые затраты на хранение единицы материала на складе ( $i$ ) 1250 тыс. руб. (учитывая очень высокую стоимость аренды склада).

Рассчитайте:

- 1) экономичную партию заказа материала поставщику ( $q_3$ );
- 2) полные затраты, включающие расходы на закупку материалов, их хранение на складе, размещение и выполнение заказов ( $P_n$ ) при закупке материалов партиями в 250 ед. и экономичными партиями ( $q_3$ );
- 3) экономию затрат при переходе от заказа материалов поставщику партиями в 250 ед. к экономичной партии заказа.

Определите, как изменятся расходы предприятия при условии заказа материала партиями 500 ед., 625 ед., 1250 ед. Следует учесть, что поставщик делает скидки с цены 10% при заказе партий от 600 до 999 ед. и 15% - свыше 1000 ед.

**Пояснения к решению задачи.** Экономичная партия заказа ( $q_3$ ) определяется по формуле:

$$q_3 = \sqrt{(2C * S) / i}$$

Полные затраты:

$$P_n = i(P/2) + C(S/\Pi) + \Pi * S,$$

где  $i$  – годовые затраты на хранение 1т. сырья на складе за год;  $\Pi$  – партия заказа сырья;

$C$  - затраты, связанные с размещением и выполнением одного заказа сырья;  $S$  – годовой спрос предприятия на сырье;  $\Pi$  – закупочная цена сырья.

Экономия затрат при переходе от заказа материалов поставщику партиями 250 ед. к экономичной партии определится из формулы:

$$\Delta_3 = [i (250/2) + C (S/250) + \Pi \times S] - [i q_3 / 2) + C \{S/q_3\} + \Pi \times S].$$

**Решение:**

1) Определите экономическую партию заказа:

$q_0 =$

2) Рассчитайте полные затраты:

$R_{п} =$

3) Определите экономию затрат:

$\Delta_3 =$

**Тестовое задание.**

Выберете только те ответы, которые считаете правильными.

1. Чем характеризуется хороший поставщик?

- а) поставляет материал вовремя;
  - б) если задерживает поставку, то сообщает об этом предприятию-покупателю;
  - в) постоянно обеспечивает высокое качество поставляемых материальных ресурсов;
  - г) при поставке сырья или материалов менее качественных, чем предусмотрено контрактом, сообщает покупателю заблаговременно;
  - д) назначает приемлемую цену;
  - е) стабилен;
  - ж) обеспечивает хорошее сопутствующее обслуживание;
  - з) выполняет данные покупателю обещания;
  - и) обеспечивает техническое содействие;
  - к) изменение условий поставки осуществляет, оповестив заблаговременно покупателя.
2. Что означает совершить покупку сырья и материалов правильно?
- а) в необходимом количестве;
  - б) с учетом большого запаса;
  - в) в нужное время;
  - г) со значительным опережением производства продукции из данного вида материала;
  - д) у надежного поставщика;
  - е) по выгодной цене.

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Сформулировать понятие и назначение закупочной коммерческой деятельности.
2. Назвать основные условия поставки материальных ресурсов.
3. Охарактеризовать приемку продукции по критерию качества.
4. Охарактеризовать приемку продукции по критерию количества.
5. Определить ответственность предприятий-поставщиков при нарушении ими обязательств по контрактам.
6. Каковы цели и задачи закупок на предприятии?
7. В чем заключается содержание деятельности по закупкам?
8. Охарактеризуйте сущность планирования материального обеспечения предприятия.
9. Каков порядок разработки плана снабжения?
10. Какие бывают виды закупок?
11. Каковы критерии выбора поставщика?
12. Как производится выбор формы поставок?

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

(занятие проводится в интерактивной форме)

### Тема 4. Коммерческая деятельность по сбыту продукции

Цель занятия: приобретение навыков в организации сбытовой работы

Сбыт продукции - важнейшая составная часть коммерческой деятельности предприятия. Одной из главных задач предприятия в условиях рынка является обеспечение эффективности сбыта. Для достижения этого промышленное предприятие прежде всего должно исследовать рынок, определить структуру спроса и приспособить к нему свой ассортимент продукции. Для этого необходимо постоянное планирование ассортимента, конечной целью которого является готовность обеспечить требуемый покупателями ассортимент товаров в нужное время, в нужном месте и хорошего качества.

Большое значение в процессе коммерческой деятельности предприятия имеет планирование сбыта, при котором увязываются конкретные объемы и виды работ предприятия с имеющимися ресурсами, а также с ассортиментом продукции. Составной частью планирования сбыта является прогнозирование объема продаж, выбор наиболее эффективных каналов сбыта.

Завершающей частью коммерческой деятельности по сбыту является оперативно-сбытовая работа предприятия, включающая в себя разработку графиков отгрузки, организацию отгрузки продукции покупателям.

Сбыт продукции как составная часть коммерческой деятельности оказывает решающее влияние на размеры доходов и прибыли промышленного предприятия.

Таким экономическим категориям, как сбыт и прибыль в развитых странах рыночной экономики уделяется большое внимание. Известно, что прибыль зависит не только от количества реализованной продукции, но также и от доли постоянных расходов предприятия. Поэтому для экономики развитых стран характерно выделение из общих затрат на производство и сбыт продукции постоянных, а также переменных расходов.

Стремясь увеличить свою прибыль, предприниматели особо тщательно изучают возможности снижения общей суммы постоянных расходов. К **постоянным расходам** обычно относят: амортизационные отчисления, налог с имущества, страхование, заработную плату обслуживающего персонала, расходы на научные исследования, рекламу, на повышение квалификации работников и ряд других, **К переменным** относят материальные затраты, прямую заработную плату, часть накладных расходов, изменяющихся пропорционально объему произведенной и проданной продукции. Характер поведения этих видов затрат может отличаться от правил пропорционального изменения их вместе с объемом производства и сбыта. Они могут и опережать рост выпуска продукции, и отставать от него. Но элементом непропорциональности принято пренебрегать, так как удельный вес расходов, не подчиняющихся этим правилам, невелик.

Использование во внутреннем анализе предприятия деления производственных и сбытовых расходов на постоянные и переменные, а также категории маржинальной прибыли, «точки безубыточности предприятия», позволяет установить количественную зависимость между величиной прибыли и объёмом сбыта, уровнем цен, структурой ассортимента продукции, расходами на рекламу и решить ряд других задач.

Далее, введем понятия и определения, которые в дальнейшем будут необходимы для решения ряда задач.

Постоянные расходы в сумме прибыли от реализации (продажи) называются маржинальной прибылью:

$$П_m = П + С, \quad (1),$$

где  $\Pi_m$  - маржинальная прибыль;  $\Pi$  - чистая прибыль от реализации продукции;  $C$  - постоянные расходы предприятия.

Маржинальную прибыль можно представить так же, как превышение объёма продаж над величиной переменных затрат:

$$\Pi_m = R - V, \quad (2)$$

где  $R$  - выручка от реализации продукции;  $V$  - переменные расходы предприятия.

Удельная маржинальная прибыль есть превышение удельной продажной цены ( $\Pi$ ) над величиной переменных затрат на единицу продукции ( $V$ ):

$$\Pi_{m,уд.} = \Pi - V_{уд.} \quad (3)$$

В развитых странах рыночной экономики в целях анализа очень широко применяются такие понятия, как «точка безубыточности предприятия», «точка равновесия продаж», «точка критического объёма продаж». Все эти понятия имеют одно и то же значение.

«Точка безубыточности предприятия»  $R_6$  - это объём реализации продукции (выручка от продаж), равная затратам на производство и сбыт продукции. «Точка безубыточности» (в натуральных единицах) определяется по формуле:

$$R_6 = C / \Pi_{m,уд.} \quad (4)$$

где  $\Pi_{m,уд.}$  - удельная маржинальная прибыль;

$C$  – постоянные расходы предприятия.

Для определения «точки безубыточности» применяется также формула:

$$R_6 = C / (1 - a) \quad (5)$$

где  $a = v/R$

Коэффициент маржинальной прибыли ( $K_{мп}$ ) определяется как доля маржинальной прибыли в объеме продаж:

$$K_{мп} = \Pi_m / R = (R - V) / R = 1 - (V/R) \quad (6)$$

Показатель безопасности коммерческой деятельности (запас финансовой прочности) – это сумма, на которую предприятие может себе позволить уменьшить выручку от реализации, не выходя из зоны прибыли.

Показатель безопасности коммерческой деятельности предприятия определяется по формуле:

$$B_{к.д.} = R - R_6,$$

или в процентах:

$$B_{к.д.} = (R - R_6) / R * 100\%$$

где  $R$  - ожидаемый объем выручки от реализации продукции;  $R_6$  – равновесный объем реализации («точка безубыточности»).

## КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Сформулировать сущность сбытовой коммерческой деятельности.
2. Определить роль сбыта продукции на предприятии.
3. Раскрыть содержание планирования ассортимента продукции.
4. Раскрыть содержание планирования сбыта продукции.
5. Раскрыть основные характеристики организации сбытовой работы.

Для подготовки к практическим занятиям студенту целесообразно использовать Методические рекомендации для проведения практических занятий.

## 6.2. Примерная тематика рефератов

Реферат — краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда или трудов, обзор литературы по теме. Это самостоятельная научно-исследовательская работа студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Изложение материала носит проблемно-тематический характер, показываются различные точки зрения, а также собственные взгляды на проблему.

По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на семинарах в виде выступлений.

Содержание реферата должно быть логичным. Объём реферата, как правило, от 5 - 15 страниц.

Темы реферата разрабатывает преподаватель, ведущий данную дисциплину.

Структура реферата:

- Титульный лист.
- Оглавление.
- Введение (дается постановка вопроса, объясняется выбор темы её значимость и актуальность, указываются цель и задачи реферата, даётся характеристика используемой литературы).

• Основная часть (состоит из пунктов и подпунктов, которые раскрывают отдельную проблему или одну из её сторон и логически являются продолжением друг друга).

• Заключение (подводятся итоги и даются обобщённые основные выводы по теме реферата, делаются рекомендации).

- Список литературы.

В списке литературы должно быть не менее 8-10 различных источников.

Допускается включение таблиц и рисунков как в основном тексте, так и в качестве приложений.

**Критерии оценки реферата:** соответствие теме; глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи; оформление реферата;

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если тема реферата раскрыта в полной мере;

- оценка «не зачтено» выставляется при отсутствии реферата и недостаточно раскрытой теме реферата.

По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на семинарах в виде выступлений.

### Примерные темы реферата

1. Управление коммерческой деятельностью производственного предприятия.
2. Организационная структура коммерческой службы розничных торговых предприятий.
3. Планирование и организация закупочной деятельности в розничных торговых предприятиях.

4. Товарно-ассортиментная политика как основа коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.
5. Зарубежный опыт организации коммерческой деятельности в розничных предприятиях.
6. Принципы и методы продажи потребительских товаров.
7. Франчайзинг как форма поддержки малого предпринимательства.
8. Значение закупочной деятельности в функционировании розничных торговых предприятий.
9. Стимулирование сбыта. Перспектива его развития в новых экономических условиях.
10. Фирменный стиль продажи товаров.
11. Профессиональная этика и этикет, их проявление в процессе обслуживания покупателей.
12. Послепродажное обслуживание.
13. Организация коммерческой деятельности различных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
14. Организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия с использованием элементов маркетинга.
15. Состав и оценка рисков коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
16. Средства обеспечения безопасности коммерческой деятельности торговой фирмы на рынке потребительских товаров.
17. Планирование сбыта продукции в хозяйственных предприятиях.
18. Лизинг как одна из современных форм сбыта продукции.
19. Коммерческие банки и их роль в функционировании рынка ценных бумаг.
20. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.
21. Инфраструктура лизингового рынка России.

## **7. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

### **7.1. Варианты контрольных работ**

#### Вариант 1

1. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.
-

2. Исследование и анализ потребительского рынка как основа развития коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.

#### Вариант 2

1. Планирование и организация коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
2. Конъюнктура потребительского рынка и ее влияние на коммерческую деятельность предприятия розничной торговли.

#### Вариант 3

1. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
2. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.

#### Вариант 4

- 1 Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
2. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.

#### Вариант 5

1. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
2. Организационно-экономическая характеристика типов торговых предприятий, реализующих продовольственные непродовольственные товары.

#### Вариант 6

1. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
2. Понятие, содержание и результативность торгового процесса на предприятии розничной торговли. Мерчендайзинг в организации торгового процесса.

#### Вариант 7

1. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров предприятием оптовой торговли.
2. Формирование ассортимента товаров на предприятии розничной торговли: понятие, факторы и этапы.

#### Вариант 8

1. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.
2. Товароснабжение как основа осуществления торгового процесса на предприятии розничной торговли: функции, элементы, их издержки.

#### Вариант 9

- I Организация коммерческой работы на предприятии оптовой торговли в сфере закупок.
-

2. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.

#### Вариант 10

1. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков предприятием оптовой торговли.
2. Задачи и коммерческие функции приемки товаров на предприятии розничной торговли.

#### Вариант 11

1. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с использованием компьютерной техники.
2. Модели построения и ведения коммерческой деятельности торговых предприятий.

#### Вариант 12

1. Продажа товаров со склада предприятия оптовой торговли: методы, организация и эффективность.
2. Моделирование бизнес-процессов и организационных систем в торговом предприятии.

#### Вариант 13

1. Отдел продажи предприятия оптовой торговли, функции его персонала.
2. Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью.

#### Вариант 14

1. Организация доставки товаров от поставщиков на склады предприятий оптовой торговли.
2. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия.

#### Вариант 15

1. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение предприятием оптовой торговли.
2. Задачи и коммерческие функции в процессе складирования, хранения и подготовки товаров к продаже на предприятии розничной торговли.

#### Вариант 16

1. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.
2. Оценка надежности хозяйственных связей предприятий розничной торговли с поставщиками потребительских товаров.

#### Вариант 17

1. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе предприятия оптовой торговли.
  2. Инвестиции в коммерческие инновации в торговле.
-

## Вариант 18

1. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе предприятия оптовой торговли.
2. Система государственного регулирования коммерческой деятельности и стимулирования ее развития во внутренней торговле.

## Вариант 19

1. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.
2. Структура и содержание бизнес-плана торгового предприятия, их особенности.

## Вариант 20

1. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей предприятия оптовой торговли.
2. Бизнес-операция, ее ресурсное обеспечение с учетом рыночных рисков и диверсификации политики торгового предприятия.

## Вариант 21

1. Показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли.
2. Организация закупочной деятельности на предприятии розничной торговли.

## Вариант 22

1. Затраты, связанные с коммерческим и производственными процессами предприятий оптовой торговли, критерии их оценки.
2. Методы розничной продажи товаров, их содержание и эффективность.

## Вариант 23

1. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
2. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли.

## Вариант 24

1. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в розничной торговле России в современных условиях.

## Вариант 25

1. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.
  2. Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.
- .....

---

## 7.2 Перечень вопросов к экзамену

1. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
2. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
3. Услуга как объект коммерческой деятельности.
4. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций, этапы ее проведения и содержание.
5. Прямые закупки товаров у производителей.
6. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками.
7. Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров.
8. Договорная работа с поставщиками и посредниками.
9. Формы риска участников коммерческих сделок на рынке.
10. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.
11. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.
12. Использование договоров купли-продажи: подготовка товара и отгрузке и документальной оформлению исполнения коммерческой сделки.
13. Планирование и организация снабжения и сбыта.
14. Основные этапы планирования сбыта.
15. Способы организации деятельности аппарата сбыта.
16. Организация оптовых закупок товаров.
17. Оптовая продажа товаров: методы, организация и эффективность.
18. Отдел оптовой продажи и его функции.
19. Структура торгового процесса и последовательность выполнения операций по доведению товара до потребителей.
20. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.
21. Продажа товаров на оптовых рынках.
22. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования.
23. Торги как форма конкурентной торговли.
24. Сущность биржевой торговли. Товарная биржа и ее функции.
25. Виды и цели биржевых сделок.
26. Техника проведения биржевых операций. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующегося рынка.
27. Понятие ярмарок и торгово-промышленных выставок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок и выставок. Виды заключаемых сделок.
28. Значение ярмарок и выставок в осуществлении коммерческой работы предприятий.
29. Розничная торговля как основная сфера коммерческой деятельности. Управление розничной торговли в России на территориальном уровне.
30. Меры по государственному регулированию и регламентации рыночной торговли и улучшению торгового обслуживания.
31. Характеристика коммерческой деятельности разных форм розничной торговли.
32. Организация электронной торговли.
33. Управление размерами товарных запасов. Процесс образования оптимальных товарных запасов торгового предприятия.
34. Организационно-экономическая характеристика типов различных торговых предприятий по продаже продовольственных и непродовольственных товаров.
35. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.
36. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.

37. Организация доставки товаров в розничное торговое предприятие.
38. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.
39. Формирование товарного ассортимента и факторы, его обслуживающие.
40. Управление товарной номенклатурой и контроль за ассортиментом.
41. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.
42. Организация и технология розничной продажи товаров.
43. Формы и методы розничной продажи товаров, их технология и эффективность.
44. Государственное регулирование в торговле.
45. Документальное оформление торговых операций.
46. Правила торговли на рынке потребительских товаров.
47. Товарооборот, цены и тарифы на рынке потребительских товаров.
48. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.
49. Современные формы денежных расчетов при осуществлении торговых операций.
50. Лицензирование предпринимательской деятельности. Ее государственное регулирование и поддержка.
51. Регулирование торговой практики в области защиты прав потребителей.
52. Техническое регулирование в торговле. Сертификация продукции и услуг.
53. Правила продажи по образцам.
54. Правила продажи отдельных видов товаров.
- 55.

### **7.3. Описание показателей и критериев оценивания уровня сформированности компетенций**

Критериями сформированности компетенций являются знания, умения, владение навыками.

Критерии оценивания компетенции формируются на основе системы оценки знаний с помощью всего комплекса методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих данный этап формирования компетенции.

<b>Критерии сформированности компетенции</b>	<b>Описание</b>	<b>Формы, методы, технологии</b>
<i>способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)</i>		
знания	- структуры и форм коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия; - принципов и способов организации управления коммерческой деятельностью	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
умения	- планировать и организовать снабжение и сбыт на предприятии;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной

		работы; ответ на экзамене
владение навыками	использования методов изучения рынка товаров	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
<i>способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-6)</i>		
знания	- процесса планирования и организации коммерческой деятельности предприятия; - методов осуществления коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
умения	- определять объемы оптовых закупок и продаж товаров; - определять требования потребителей к товару, соотношение его цены и качества;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
владение навыками	планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
<i>способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2)</i>		
знания	- технологии коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и розничной торговле;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
умения	- проводить коммерческие переговоры, заключать договора купли-продажи; - организовать и управлять торговыми процессами и операциями в предприятиях торгово-посреднического звена и розничной торговли;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
владение навыками	- использования методов изучения рынка товаров; - планирования и	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной

	осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, - формирования ассортимента товаров, обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия.	работы; ответ на экзамене
<i>способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4)</i>		
знания	- основ формирования товарного ассортимента и цен на товары и факторы, их обуславливающие;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
умения	- организовать и управлять торговыми процессами и операциями в предприятиях торгово-посреднического звена и розничной торговли; - управлять товарными запасами;	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
владение навыками	- изучения рынка товаров; - планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия.	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
<i>способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1)</i>		
знания	- порядка государственного регулирования и регламентирования деятельности предприятия в области коммерции.	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
умения	- формировать оптимальный торговый ассортимент и применять методы ценообразования. - моделировать и применять компьютерные технологии в процессе коммерческой деятельности.	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной работы; ответ на экзамене
владение навыками	- использования методов изучения рынка товаров; - планирования и	тестирование; рефератирование; выполнение контрольной

	осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров, формирования ассортимента товаров, обеспечения контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия.	работы; ответ на экзамене
--	--	------------------------------

#### 7.4 Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий.

Результаты текущего контроля успеваемости используются преподавателем при оценке знаний в ходе проведения промежуточной аттестации.

Для текущего контроля успеваемости используются устные опросы, коллоквиумы, выполнение различного вида практических заданий, рефератов, эссе, контрольной работы, тестов.

Для выполнения контрольной работы студенту целесообразно использовать Методические рекомендации для выполнения контрольной работы.

В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт экономики и управления» результаты текущего контроля успеваемости студента оцениваются преподавателем в размере до 40 баллов (таблица 1).

Таблица 1.

Оценка текущего контроля успеваемости

№ п/п	Вид контроля	Количество баллов
1.	Посещаемость и активность на учебных занятиях	до 10
2.	Участие в проведение практических занятий	до 10
3.	Выполнение контрольной работы	до 20
	Всего	до 40

#### 7.5 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация имеет целью определить степень достижения учебных целей по дисциплине и проводится в форме экзамена.

При проведении экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый. В процессе сдачи экзамена экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы и задания по рабочей учебной программе дисциплины.

Во время проведения экзамена студент имеет право с разрешения экзаменатора пользоваться учебными программами, справочниками, таблицами и другой литературой.

Время подготовки ответа должно составлять не более 40 минут, а время ответа студента – не более 20 минут.

Студент, испытавший затруднения при подготовке к ответу по выбранному билету, имеет право на второй билет с соответствующим продлением времени на подготовку.

При окончательной оценке ответа оценка снижается на 10 баллов. Выдача третьего билета не разрешается.

В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт экономики и управления» результаты промежуточной аттестации оцениваются преподавателем в размере до 60 баллов (таблица 2).

Таблица 2.

#### Оценка промежуточной аттестации

№ п/п	Вид контроля	Количество баллов
1.	Теоретический вопрос (практическое задание) 1.	до 30
2.	Теоретический вопрос (практическое задание) 2.	до 30
	Всего	до 60

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### *а) основная литература:*

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. М: Дашков и К, 2010
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. М: Дашков и К, 2007
3. Синяева И.М. Паблик рилейшинз в коммерческой деятельности. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003

### *б) дополнительная литература:*

1. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2000.
2. Андреева Л.В. Продажа товаров: Руководство по подготовке и заключению договоров. – М.: ИНФРА-М, 1997.
3. Ганкевич Л.Е. Защита прав торговых работников. 2005
4. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.
5. Герчикова И.Н. Международные экономические организации: регулирование микрохозяйственных связей и предпринимательской деятельности: Учебное пособие. – М.: Консалт-банкир, 2000.
6. Голощапова А.И., Парменков К.Н., Савкина Р.В. Основы коммерческой деятельности: Учебное пособие.- М.: Изд-во МГУК, 2000.
7. Лифиц И.М.. Стандартизация, метрология и сертификация.
8. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006.
9. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2006.
10. Торговое дело: Экономика, маркетинг и организация: Учебник.2-е изд, перераб. и доп. / Под общ. Ред. Л.А. Брагина, Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2000.

### *в) электронные ресурсы, интернет -источники*

1. <http://www.budgenrf.ru> – Мониторинг экономических показателей;
2. <http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;
3. <http://www.nta-rus.ru>– Национальная торговая ассоциация;
4. <http://www.rbc.ru>– РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
5. <http://www.rtpress.ru>– Российская торговля;
6. <http://www.torgrus.ru>– Новости и технологии торгового бизнеса.
7. Информационно-справочная система «Гарант» - [www.garant-plus.ru](http://www.garant-plus.ru)
9. Информационно-справочная система «КонсультантПлюс» - [www.cons-plus.ru](http://www.cons-plus.ru)
10. Сайт «Федеральные органы исполнительной власти» - [www.gov.ru](http://www.gov.ru)
11. Сайт Государственной Думы Российской Федерации – [www.duma.gov.ru](http://www.duma.gov.ru)
12. Сайт Автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования «Институт экономики и управления», раздел «Учебно-методические материалы для студентов» - <http://www.i-eu.ru>.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Занятия по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий (организаций)» проводятся в компьютерных классах с использованием технических средств: ПК с программами пакета MS Office, доступом в Интернет и информационно-справочным базам данных «Консультант Плюс», «Гарант».

## СОДЕРЖАНИЕ

1	Цели освоения дисциплины	3
2	Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы	4
3	Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	4
4	Структура и содержание дисциплины	5
4.1	Тематический план изучения дисциплины	6
4.2	Содержание дисциплины	6
5	Образовательные технологии	8
6	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	12
6.1	Примерная тематика практических занятий	12
6.2	Тематика рефератов	14
7	Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	15
7.1	Варианты контрольных работ	15
7.2	Перечень вопросов к экзамену	19
7.3	Описание показателей и критериев оценивания уровня сформированности компетенций	20
7.4	Текущий контроль	22
7.5	Промежуточная аттестация	22
8	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	23
9	Материально-техническое обеспечение дисциплины	24
	Изменения и дополнения, внесенные в рабочую учебную программу	25


