

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

УТВЕРЖДАЮ
 Первый проректор,
 проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин
 « 30 » 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10	Коммерческая деятельность
<i>(Индекс дисциплины)</i>	<i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: 55	Экономики и финансов
<i>Код</i>	<i>Наименование кафедры</i>
Направление подготовки:	38.04.01 Экономика
Профиль подготовки:	«Экономический анализ инновационной и инвестиционной деятельности фирмы»
Уровень образования:	Магистратура

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение						
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	72	72						
	Аудиторные занятия	34	12						
	Лекции	17	-						
	Лабораторные занятия	-	-						
	Практические занятия	17	12						
	Самостоятельная работа	38	56						
	Промежуточная аттестация		4						
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	-	-						
	Зачет	2	3						
	Контрольная работа	-	3						
	Курсовой проект (работа)	-	-						
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		2	2						
Форма обучения:									
	1	2	3	4	5	6	7	8	12
Очная		2							
Заочная		0,5	2,5						

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки

на основании учебных планов № 2/1/159, 2/3/162

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области организационно-управленческой, информационно-аналитической и коммерческой деятельности.

1.3. Задачи дисциплины

- рассмотреть основы коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- раскрыть прогнозные тенденции влияния факторов рыночной среды, различных форм взаимодействия покупателя и продавца для создания финансовой устойчивости организации;
- рассмотреть принципы управления коммерческими процессами розничных и оптовых торговых предприятий
- продемонстрировать особенности принципов методологического исследования коммерческой деятельности на рынке товаров;
- продемонстрировать особенности формирования финансового и материально-технологического обеспечения коммерческой деятельности предприятия.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК- 1	способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований	Первый этап
Планируемые результаты обучения Знать: 1) Методологические основы проведения логистикоориентированного анализа системы и среды ее функционирования Уметь: 1) Проводить комплексное изучение отраслевого рынка промышленной продукции, потребителей товаров, поставщиков сырья, материалов и комплектующих, конкурирующих организаций-производителей продуктов-заменителей, оценивать уровень конкурентной борьбы, составлять обзоры конъюнктуры рынка Владеть: 1) Клиентоориентированными навыками стратегического и тактического управления конфигурациями промышленной продукции и технологическими маршрутами ее производства в организации на основе долгосрочных и среднесрочных прогнозов развития рынка		
ПК- 6	способность оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности	Первый этап
Планируемые результаты обучения Знать: 1) составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек Уметь: 1) выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение Владеть: 1) навыками внутрифирменного планирования для обоснования экономической целесообразности осуществления коммерческой деятельности		

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК- 11	способность руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти	Первый этап
<p>Планируемые результаты обучения</p> <p>Знать: 1) Методологические основы коммерческой деятельности и ее составляющие элементы.</p> <p>Уметь: 1) Разрабатывать проекты бизнес – startup и выполнять обоснование экономической целесообразности новой предпринимательской идеи.</p> <p>Владеть: 1) Навыками для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях.</p>		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Микроэкономика (ПК-6, ПК-11);
- Макроэкономика (ПК-1);
- Научно-исследовательская работа (практика по получению профессиональных навыков и опыта научно-исследовательской деятельности) (ПК-1).

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Основы коммерческой деятельности		
<p>Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика. Субъекты коммерческой деятельности. Коммерческие организации (предприятия), их классификация. Объединения коммерческих организаций в форме собственности, по принадлежности капитала. Объединения коммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов, виды и роль в коммерческом предпринимательстве. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности. Оценка товаров в рыночных условиях. обеспечивающая установление его равновесной цены. Услуги как объект коммерческой деятельности. Виды услуг (транспортные, транспортно-экспедиторские, складские, консультационные, информационные и др.) Содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов. Коммерческие сделки на рынке товаров и услуг – объекты коммерческой деятельности. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений. Этапы проведения сделки и их содержание: поиск и выбор деловых партнеров (продавца, покупателя), условия договора, его заключение и исполнение.</p>	7	9
<p>Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке Прямые закупки товаров у производителей. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. Формы кооперации в торговле. Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров.</p>	6	8
<p>Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками Виды договоров, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг: купли-продажи, поставки, мены, комиссии, консигнации, аренды, страхования, перевозки, хранения, агентского соглашения, коммерческой концессии. Содержание коммерческих условий, предусмотренных договорами. Влияние договоров и коммерческих условий на уровень показателей коммерческой</p>	6	8

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
<p>деятельности предприятия.</p> <p>Формы риска участников коммерческих сделок на рынке, связанные с ценой, кредитованием, сроками сдачи товаров, их качеством и конъюнктурой.</p> <p>Проведение коммерческих переговоров, заключение и исполнение договоров.</p> <p>Формы проведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.</p> <p>Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.</p>		
<p>Тема 4. Внутрифирменное планирование.</p> <p>Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования. Технология планирования коммерческой деятельности. Стратегическое планирование и обоснование выгодной зоны рыночного присутствия – матрицы ВКГ, И.Ансоффа, М. Портера. Выбор целевого рынка. План проникновения на новые сегменты рынка. Принятие управленческих решений о стратегиях проникновения на рынки сбыта, ценовой политике, товарном ассортименте и комплексе сервисных услуг. Бизнес-планирование. Основные функции бизнес-плана, его структура. Обоснование предпринимательского замысла. Этапы разработки проекта стартап на новинку.</p>	7	8
Текущий контроль 1 (проверочная работа)	2	-
Учебный модуль 2. Организация оптовой и розничной торговли		
<p>Тема 5. Ассортиментная политика</p> <p>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. Концепция нового товара: цели, задачи, принципы, стратегии жизненного цикла новинки.</p>	6	8
<p>Тема 6. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях</p> <p>Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции. Сбытовая программа предприятия. Формирование сбытовой политики: регулирование рыночного спроса, обоснование выгодной системы дистрибуции, стимулирование сбыта, систематизация работы с клиентами. Создание клиентоориентированного портфеля заказов. Факторы, оказывающие влияние на формирование портфеля заказов. Структура построения службы сбыта. Виды сбыта продукции: прямой, косвенный, интенсивный, селективный (выборочный), нацеленный, ненацеленный. Стратегическое и оперативное планирование сбыта. Методы прогнозирования сбыта продукции. Годовой план сбыта. Ценовая политика сбыта. 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.</p>	7	9
<p>Тема 7. Организация оптовой торговли</p> <p>Социально-экономическая сущность оптовой торговли: структура, классификационные признаки. Значение маркетинга оптовой торговли: цели, задачи, принципы и функции. Формы и технология оптовой продажи товаров. Виды торговых сделок. Маркетинговые решения участников оптовой торговли об ассортименте, цене товара, стимулировании продажи. Содержание прогрессивных форм торговли: ярмарок, бирж, выставок и аукционов. Особенности фирменной торговли. Формирование торговой цены. Понятие скользящей цены. Торговые скидки и наценки. Формы расчетов при оптовой торговле: платежные поручения, вексельная форма, чеки, аккредитивы и др.</p>	7	8

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Тема 8. Розничная торговля Розничная торговля: основные формы и методы розничной торговли. Специфика розничной торговли. Организационные этапы розничной торговли. Операции розничной торговли. Услуги, оказываемые розничными магазинами. Качество и уровень обслуживания потребителей. Стандарт обслуживания клиентов. Франчайзинг: специфика сетевой торговли. Организационная структура построения центрального офиса сетевой торговли. Особенности и преимущества организации системы ритейлинга. Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли. Позиционирование торгового предприятия на рынке.	7	8
Текущий контроль 2 (проверочная работа)	2	-
Текущий контроль 1-2 (контрольная работа)	-	2
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)	15	4
ВСЕГО:	72	72

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	2	3		
2	2	2		
3	2	2		
4	2	2		
5	2	2		
6	2	2		
7	2	2		
8	2	2		
ВСЕГО:		17		

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика (семинар)	2	3	2	2
2	Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке (семинар)	2	2	2	1
3	Договорная работа с поставщиками и посредниками (практическое занятие)	2	2	2	2
4	Внутрифирменное планирование (семинар)	2	2	3	1
5	Ассортиментная политика (практическое занятие)	2	2	3	2
6	Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях (практическое занятие)	2	2	3	2
7	Организация оптовой	2	2	3	1

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	торговли (семинар)				
8	Розничная торговля (семинар)	2	2	3	1
ВСЕГО:			17		12

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрено

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Проверочная работа	2	1		-
2	Проверочная работа	2	1		-
1-2	Контрольная работа	2	-	3	1

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	2	5	2 3	14 34
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	2	18	3	6
Выполнение домашних заданий	2	-	3	2
Подготовка к зачетам	2	15	3	4
ВСЕГО:			38	60

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)	
		очное обучение	заочное обучение
Лекции	Проблемная лекция, лекция – диалог, разбор конкретных ситуаций	8	-
Практические и семинарские занятия	Дискуссии, семинары, опрос, соревнование малых групп обучающихся, поиск вариантов решения проблемных ситуаций	6	4
Лабораторные занятия	Не предусмотрены	-	-
ВСЕГО:		14	4

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и практических (семинарских) занятий Проведение опроса	30	<ul style="list-style-type: none"> • 2 балла за посещение каждого занятия (всего 17 занятий), максимум 34 балла • 6 баллов за каждый правильный ответ на вопрос устного собеседования (всего 11 вопросов в опроснике, один опрос в семестр), максимум 66 баллов
2	Прохождение текущего контроля	30	<ul style="list-style-type: none"> • 15 баллов за каждый правильный теоретический ответ (два теоретических вопроса в проверочной работе), максимум 30 баллов • 20 баллов за решение практического задания (одно задание в проверочной работе) максимум 20 баллов. Всего две проверочные работы в семестре, максимум 100 баллов.
3	Сдача зачета	40	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время), – 35 баллов; два теоретических вопроса, максимум 70 баллов • Решение практической задачи – 30 баллов, (одна практическая задача) максимум 30 баллов.
Итого (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5(отлично)	Зачтено
75 – 85	4(хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3(удовлетворительно)	
40 – 50		
17 – 39	2(неудовлетворительно)	Не зачтено
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Дашков Л.П., Памбучьянц О.В.— М.: Дашков и К, 2015.— 400 с. Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/10944> - ЭБС «IPRbooks».
2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 500 с. — 978-5-394-01418-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60422.html>
3. Киселева Л.Г. Экономический анализ и оценка результатов коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Г. Киселева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 99 с. — 978-5-4487-0061-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68930.html>

б) дополнительная учебная литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29142-> ЭБС «IPRbooks».

2. Оканова Т.Н. Налогообложение коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для студентов вузов.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 287с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20977- ЭБС «IPRbooks»>.
3. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.— М.: Дашков и К, 2014.— 548 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14069 - ЭБС «IPRbooks»>.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Пучкова С.В., Куликова О.М. Коммерческая деятельность. / Методические указания к изучению дисциплины и выполнению курсового проекта (продвинутый уровень) для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика», всех форм обучения. - Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологии и дизайна. – 2015. Регистрационный номер 611/15 <http://publish.sutd.ru/>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

- 1 Федеральная служба государственной статистики (Электронный ресурс). URL: <http://www.gks.ru>
- 2 Рейтинг РБК (Электронный ресурс) URL: <http://www.rating.rbc.ru>
- 3 Национальная торговая Ассоциация Топ 200 Российской розничной торговли URL: <http://www.nta.ru/>
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс] URL: <http://window.edu.ru/>.
- 5.Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL:<http://publish.sutd.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Microsoft Office 2016
2. Microsoft Windows 10

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованная аудитория, специализированное мультимедийное оборудование, компьютер.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

1. Сайт заочного отделения СПбГУПТД: http://sutd.ru/studentam/extramural_student/

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Теоретические аспекты дисциплины изучаются на лекционных занятиях. На лекциях рассматривается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием курса; • фиксирование основных положений, выводов и формулировок в конспектах лекций. • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях поясняются теоретические аспекты курса, студенты работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по</p>

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	соответствующей тематике; навыками работы в малых группах. Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ: <ul style="list-style-type: none"> • работа с конспектом лекций; • подготовка ответов к контрольным вопросам проверочным работам; • просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.); • решение задач по алгоритму
Лабораторные занятия	Не предусмотрены
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студента предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; выполнение контрольной работы; а также подготовки к проверочным работам и зачету. При подготовке к зачету необходимо изучить конспекты лекций и практических занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции /этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-1/первый этап	Характеризует основные понятия коммерческой деятельности (методы, тенденции и закономерности взаимоотношения коммерческих предприятий в рыночной среде)	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов к зачету (12 вопросов)
	Оценивает эффективность организационно-управленческой деятельности в области товарного менеджмента (закупка, транспортировка, хранение и реализация товаров)	Практическое задание	Практическое типовое задание (1 тип задачи 2 варианта)
	Организует процесс закупки и поставки товаров, осуществляет связи с поставщиками и покупателями, контролирует выполнение договорных обязательств	Практическое задание	Практическое типовое задание (2 задания)
ПК-6/первый этап	Перечисляет организационно-управленческие функции в сфере закупки и поставки товаров	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов к зачету (10 вопросов)
	Вырабатывает мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятий	Практическое задание	Практическое типовое задание (3 задания)

	Применяет методику внутрифирменного планирования и прогнозирования для повышения эффективности проектов	Практическое задание	Практическое типовое задание (2 задания)
ПК-11/первый этап	Характеризует объекты, субъекты и методологию коммерческой деятельности организации	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов к зачету (10 вопросов)
	Предлагает новые способы повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий	Практическое задание	Практическое типовое задание (3 задания)
	Подбирает показатели характеризующие эффективность управления коммерческой деятельностью в оптовой торговле	Практическое задание	Практическое типовое задание (3 задания)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
40 – 100	Зачтено	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, способен правильно применить основные методы и инструменты при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Допускаются несущественные ошибки* в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0 – 39	Не зачтено	Обучающийся не может изложить значительной части программного материала, допускает существенные ошибки*, допускает неточности в формулировках и доказательствах, нарушения в последовательности изложения программного материала; неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов к зачету, разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ тем
1	Виды субъектов коммерческой деятельности в сфере товарного обращения.	1
2	Оценка товаров в рыночных условиях, обеспечивающая установление его равновесной цены.	1
3	Услуги как объект коммерческой деятельности. Содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов.	1
4	Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров.	2
5	Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. Формы кооперации в торговле.	2
6	Исполнение договоров купли-продажи: подготовка товара к отгрузке и документальное оформление исполнения коммерческой сделки.	3

7	Формы проведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.	3
8	Формы риска участников коммерческих сделок на рынке, связанные с ценой, кредитованием, сроками сдачи товаров, их качеством и конъюнктурой.	3
9	Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования. Технология планирования коммерческой деятельности.	4
10	Стратегическое планирование и обоснование выгодной зоны рыночного присутствия – матрицы ВКГ, И.Ансоффа, М. Портера.	4
11	Выбор целевого рынка. План проникновения на новые сегменты рынка.	4
12	Бизнес-планирование. Основные функции бизнес-плана, его структура.	4
13	Обоснование предпринимательского замысла. Этапы разработки проекта стартап на новинку.	4
14	Ассортиментная политика в оптовых и розничных предприятиях. Принципы подбора товарного ассортимента в магазинах.	5
15	Оценочные модели ассортимента ABC и XYZ.	5
16	Роль товарных запасов в обеспечении устойчивости товарного ассортимента	5
17	Управление товарными запасами на складах оптовых предприятий	5
18	Управление товарными запасами розничных торговых предприятий	5
19	Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции. Сбытовая программа предприятия	6
20	Создание клиентоориентированного портфеля заказов. Факторы, оказывающие влияние на формирование портфеля заказов.	6
21	Структура построения службы сбыта.	6
22	Стратегическое и оперативное планирование сбыта. Методы прогнозирования сбыта продукции.	6
23	Социально-экономическая сущность оптовой торговли: структура, классификационные признаки.	7
24	Формы и технология оптовой продажи товаров.	7
25	Содержание прогрессивных форм торговли: ярмарок, бирж, выставок и аукционов.	7
26	Формы расчетов при оптовой торговле: платежные поручения, вексельная форма, чеки, аккредитивы.	7
27	Розничная торговля: основные формы и методы розничной торговли. Специфика розничной торговли	8
28	Организационные этапы розничной торговли.	8
29	Торговые и технологические операции в розничной торговле	8
30	Услуги, оказываемые розничными торговыми предприятиями.. Качество и уровень обслуживания потребителей. Стандарт обслуживания клиентов.	8
31	Франчайзинг: специфика сетевой торговли	8
32	Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли	8

Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Не предусмотрено

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Не предусмотрено

Вариант типовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика. <i>Вы владеете долей, равной 500 т. руб. Помимо вас у предприятия есть еще 9 совладельцев с равными вкладами. Уставной капитал – 10 млн р. Предприятие понесло убытки в размере 6 млн. руб. Рассчитайте долю убытков, которую вам придется взять на себя в случае банкротства,</i>	1) 25% 2) 100%

	если предприятие является: 1) полным товариществом; 3) акционерным обществом.																																																				
2	<p>Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Остаток масляной эмали на складе торгового предприятия на 15 марта составляет 250 кг. За оставшиеся 16 дней месяца лакокрасочный завод должен отгрузить 530 кг. В день в среднем продается 32 кг. На апрель с покупателями заключены контракты на поставку 1100 кг эмали. В результате принимаемых мер по расширению сбыта предполагается продать дополнительно 220 кг. Норматив товарного запаса – 160 кг. Требуется определить, какое количество эмали необходимо завести на склад в апреле.</p>	13456 кг																																																			
3	<p>Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками. Учет поставок товара в магазин показал существенные отклонения в сроках поставки товара (таблица 1).</p> <p style="text-align: center;">Таблица 1 - Данные о поставке товара</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">№ п/п</th> <th rowspan="2">Товар</th> <th rowspan="2">Цена, р.</th> <th colspan="2">Подлежало поставке по договору</th> <th colspan="2">Фактически поставлено</th> <th colspan="2">Недоставка</th> </tr> <tr> <th>Количество, шт.</th> <th>Сумма, р.</th> <th>Количество, шт.</th> <th>Сумма, р.</th> <th>Количество, шт.</th> <th>Сумма, р.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Кофе Pele 50 г</td> <td>18</td> <td>48</td> <td></td> <td>45</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Кофе Pele 100 г</td> <td>26</td> <td>48</td> <td></td> <td>48</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Кофе Von 100 г</td> <td>28</td> <td>48</td> <td></td> <td>24</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Кофе Tchibo Mild 50 г</td> <td>48</td> <td>24</td> <td></td> <td>24</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Согласно заключенному договору купли-продажи за просроченную поставку или недоставку товаров продавец уплачивает покупателю неустойку в размере 4 % стоимости не поставленных в срок товара. Рассчитайте сумму неустойки за недоставку товара.</p>	№ п/п	Товар	Цена, р.	Подлежало поставке по договору		Фактически поставлено		Недоставка		Количество, шт.	Сумма, р.	Количество, шт.	Сумма, р.	Количество, шт.	Сумма, р.	1	Кофе Pele 50 г	18	48		45				2	Кофе Pele 100 г	26	48		48				3	Кофе Von 100 г	28	48		24				4	Кофе Tchibo Mild 50 г	48	24		24				<p>1) 18 2) 0 3) 28 4) 0</p>
№ п/п	Товар				Цена, р.	Подлежало поставке по договору		Фактически поставлено		Недоставка																																											
		Количество, шт.	Сумма, р.	Количество, шт.		Сумма, р.	Количество, шт.	Сумма, р.																																													
1	Кофе Pele 50 г	18	48		45																																																
2	Кофе Pele 100 г	26	48		48																																																
3	Кофе Von 100 г	28	48		24																																																
4	Кофе Tchibo Mild 50 г	48	24		24																																																
4	<p>Тема 4. Внутрифирменное планирование. Определите целесообразно ли заниматься предпринимателю дальнейшей разработкой нового товара, если маркетинговое исследование показало следующие данные о распределении вероятностей совершения покупки этого товара: 1.определенно куплю – 15% покупателей 2.вероятно куплю – 45% покупателей 3.может быть куплю, а может и нет – 20% покупателей 4.вероятно не куплю – 12% покупателей 5.скорее всего не куплю – 8% покупателей (итого -100%).</p>	Да, целесообразно																																																			
5	<p>Тема 5. Ассортиментная политика. Предприятие оптовой торговли «Сдобри» снабжает розничную торговлю майонезом. Ее клиенты — продуктовые магазины, супермаркеты, палатки, отделы в крупных универсальных магазинах, кафе, рестораны. Фирма делает ставку на недифференцированный массовый маркетинг, но значение отдельных сегментов для «Сдобри» различно, что отражают данные таблицы. Каковы наиболее привлекательные сегменты с точки зрения ABC-анализа потребителей?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Сегмен</th> <th>Потребление майонеза, %</th> <th>Емкость сегмента, %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>17</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>19</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>24</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>8</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>9</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>	Сегмен	Потребление майонеза, %	Емкость сегмента, %	1	17	3	2	19	2	3	24	1	4	8	20	5	9	10	Сегменты 1, 2 и 3																																	
Сегмен	Потребление майонеза, %	Емкость сегмента, %																																																			
1	17	3																																																			
2	19	2																																																			
3	24	1																																																			
4	8	20																																																			
5	9	10																																																			

	6	11	7	
	7	2	29	
	8	4	17	
	9	6	11	
6	Тема 6. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях. <i>Производственное предприятие продало товары крупной и мелкой оптовым фирмам. Те, в свою очередь, продали товары 12 розничным фирмам. Укажите тип канала сбыта, определите длину и ширину.</i>			Тип второго уровня, длина 3, ширина 12
7	Тема 7. Организация оптовой торговли. <i>Оптовая отпускная цена товара составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу изделия, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 16,5 %. Определите оптовую цену закупки.</i>			11257,5 руб.
8	Тема 8. Розничная торговля. <i>Оборот розничной торговли магазина в отчетном году составил 15 800 тыс. руб., планируется увеличить его на 1,5% с каждого кв. м торговой площади (в сопоставимых ценах). Индекс цен — 1,07. Торговая площадь магазина — 1800 м², в планируемом году предполагается расширение на 300 м². Рассчитайте оборот розничной торговли магазина на планируемый год.</i>			17300 руб.

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций
 Не предусмотрено

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (зачета) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения (зачета)

Во время проведения зачета, у обучающихся отсутствует возможность пользоваться справочниками, словарями и иными учебными материалами. На подготовку ответа выделяется 40 минут. Оценка выставляется по результатам подготовки по билету и результатам устного собеседования по основным вопросам пройденного курса.