

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 29 » июня 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.07**

Методы исследования коммерческой деятельности

Учебный план: z38.04.01\_21\_Экономический анализ иннов. и инвест.деят-ти фирмы\_ЗАО №2-3- 112.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки:  
(специальность) 38.04.01 Экономика

Профиль подготовки: Экономический анализ инновационной и инвестиционной деятельности  
(специализация) фирмы

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
1	УП	4	4	60	4	2	Зачет
	РПД	4	4	60	4	2	
Итого	УП	4	4	60	4	2	
	РПД	4	4	60	4	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2020 г. № 939

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Куликова О.М.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов

\_\_\_\_\_

Никитина Людмила  
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Никитина Людмила  
Николаевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области методологического исследования коммерческой деятельности для снижения неопределенности при принятии управленческих решений.

### 1.2 Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные методы исследования коммерческой деятельности;
- раскрыть прогнозные тенденции влияния факторов рыночной среды, различных форм взаимодействия покупателя и продавца для создания финансовой устойчивости организации;
- освоить принципы, методы и стратегии формирования ценовой политики предприятия;
- изучить методы и модели прогнозирования спроса и рынка;
- рассмотреть принципы управления коммерческими процессами розничных и оптовых торговых предприятий;
- продемонстрировать особенности принципов методологического исследования коммерческой деятельности.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Коммерческое право

Экономическая безопасность организации

Эконометрика (продвинутый уровень)

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### ПК-1: Способен формировать ценовую политику организации

**Знать:**

особенности ценообразования в зависимости от структуры рынка; особенности организации закупочной деятельности на предприятии; особенности государственного регулирования цен в рыночной экономике

**Уметь:**

анализировать цены и объем сбыта; использовать стратегии ценообразования исходя из оценки рыночных условий

**Владеть:**

навыками подготовки аналитических информационных документов по ценообразованию; навыками выбора модели; установления цен и тарифов на товары и услуги.

### ПК-2: Способен обеспечивать выполнение мероприятий по формированию и прогнозированию диапазона цен на товары, работы и услуги

**Знать:**

основные функции бизнес-плана, его структуру; этапы разработки проекта startup; методы исследования коммерческой деятельности

**Уметь:**

проводить комплексное изучение товарных рынков, потребителей, поставщиков сырья, материалов и комплектующих; разрабатывать проекты бизнес – startup и выполнять обоснование их экономической целесообразности

**Владеть:**

клиентоориентированными навыками стратегического и тактического планирования; навыками применения методов исследования и оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Методологические основы исследования коммерческой деятельности					
Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика. Субъекты коммерческой деятельности. Коммерческие организации (предприятия), их классификация. Организационно- правовые формы. Оценка товаров в рыночных условиях, обеспечивающая установление его равновесной цены. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений. Этапы проведения сделки и их содержание: поиск и выбор деловых партнеров. Практическое занятие: "Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Выбор территориально удаленного поставщика на основе анализа полной стоимости".			1	8	
Тема 2. Методы исследования коммерческой деятельности. Понятия метода и методологии научных исследований. Цели и задачи исследований. Основные методы исследования в коммерческой деятельности предприятий Методы маркетинговых исследований: фокус-группа, глубинное интервью, проекционные методы, опрос, наблюдение, эксперимент. Практическое занятие: "Применение методов маркетингового исследования для анализа ситуации на рынке".	1	1	1	6	ИЛ
Тема 3. Методы исследования ассортиментной политики предприятия. 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, совмещенный анализ. Управление товарными запасами на складах оптовых предприятий и в магазинах розничной торговли. Практическое занятие: " Анализ ассортимента торгового предприятия. Построение ассортиментной матрицы".		0,5	0,5	6	

<p>Тема 4. Формирование политики ценообразования и сбыта в коммерческой деятельности.</p> <p>Система цен. Параметры системы цен: уровень, структура, динамика. Особенности государственного регулирования цен.</p> <p>Организация закупочной деятельности. Методы и стратегии ценообразования. Установления цен и тарифов на товары и услуги.</p> <p>Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции. Виды сбыта продукции: прямой, косвенный, интенсивный, селективный. Стратегическое и оперативное планирование сбыта.</p> <p>Обоснование выгодной системы дистрибуции, систематизация работы с клиентами. Создание клиентоориентированного портфеля заказов. Факторы, оказывающие влияние на формирование портфеля заказов. Методы прогнозирования сбыта продукции.</p>		1		8	
<p>Тема 5. Формы и методы оптовой и розничной торговли.</p> <p>Социально-экономическая сущность оптовой торговли. Формы и методы оптовой торговли. Содержание прогрессивных форм торговли: ярмарок, бирж, выставок и аукционов. Особенности фирменной торговли. Формирование торговой цены. Торговые скидки и наценки.</p> <p>Розничная торговля: основные формы и методы розничной торговли. Специфика розничной торговли. Форматы розничной торговли. Качество и уровень обслуживания покупателей.</p>				11	
<p>Раздел 2. Организация процесса исследования коммерческой деятельности предприятия</p>					
<p>Тема 6. Внутрифирменное планирование. Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования. Технология планирования коммерческой деятельности.</p> <p>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.</p> <p>Бизнес-планирование. Основные функции бизнес-плана, его структура. Этапы разработки проекта startup.</p> <p>Практическое занятие: "Построение матрицу ВКГ. Выбор наиболее перспективных товаров".</p>		1	0,5	6	ИЛ

Тема 7. Планирование маркетингового исследования. Рабочая гипотеза. Исследовательская стратегия (программа, план, предложение и бюджет исследования). Формирование рабочей группы. Организация сбора данных. Практическое занятие: "Разработка плана маркетинговых исследований".		0,5	0,5	7	ИЛ
Тема 8. Обработка полученных в результате исследования данных. Подготовка отчетов. Анализ собранной в процессе исследования информации статистическими методами. Экономико-математические методы в анализе маркетинговой информации. Изучение влияния различных факторов (возраста, уровня доходов и др.) на предпочтения потребителей. Содержание отчета о проведении исследования. Практическое занятие: "Систематизация и анализ данных полученных в результате исследования."			0,5	8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	60	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		8,25		60	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-1	Характеризует тенденции и закономерности взаимоотношения коммерческих предприятий в рыночной среде, отличительные особенности различных организационно-правовых форм, виды договоров, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг; раскрывает теоретические основы ценообразования в рыночных условиях; экономическую сущность цены и ее роль в системе хозяйственных отношений; принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики.	Вопросы устного собеседования
	Применяет методы и стратегии ценообразования исходя из оценки рыночных условий; определяют стоимость, полезность товара; рассчитывает среднюю, розничную, оптовые цены.	Практико-ориентированные задания
	Применяет современные методы сбора, обработки и анализа информации, необходимой для решения поставленных задач в коммерческой деятельности; проводит анализ цен и устанавливает соответствующие надбавки к ним с учетом различных ценообразующих факторов.	Практико-ориентированные задания
ПК-2	Описывает основные методы исследования коммерческой деятельности; раскрывает функции и структуру бизнес-плана, характеризует формы и методы оптовой и розничной торговли.	Вопросы устного собеседования
	Подбирает показатели характеризующие эффективность управления коммерческой деятельностью; организует процесс	Практико-ориентированные задания

	<p>закупки и поставки товаров, осуществляет связи с поставщиками и покупателями, контролирует выполнение договорных обязательств.</p> <p>Применяет различные методы исследования для оценки эффективности коммерческой деятельности и принятия грамотных управленческих решений; использует методику внутрифирменного планирования и прогнозирования для повышения эффективности проектов; предлагает новые способы</p>	<p>Практико-ориентированные задания</p>
--	---	---

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>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.</p>	
Не зачтено	<p>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.</p>	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Виды субъектов коммерческой деятельности в сфере товарного обращения
2	Организационно-правовые формы
3	Оценка товаров в рыночных условиях, обеспечивающая установление его равновесной цены
4	Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров
5	Основные методы исследования в коммерческой деятельности предприятий
6	Методы маркетинговых исследований: фокус-группа, глубинное интервью
7	Характеристика методов опрос, наблюдение, эксперимент. Применение опроса, наблюдения и эксперимента для исследования коммерческой деятельности
8	Проекционные методы исследования
9	Методы исследования ассортиментной политики предприятия
10	Ассортиментная политика оптовых предприятий
11	Оценочные модели ассортимента ABC и XYZ, совмещенный анализ
12	Управление товарными запасами на складах оптовых предприятий и в магазинах розничной торговли
13	Система цен. Параметры системы цен: уровень, структура, динамика. Особенности государственного регулирования цен
14	Методы и стратегии ценообразования
15	Организация закупочной деятельности
16	Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции
17	Стратегическое и оперативное планирование сбыта
18	Методы стимулирования сбыта продукции
19	Социально-экономическая сущность оптовой торговли
20	Формы и методы оптовой торговли

21	Содержание прогрессивных форм торговли: ярмарок, бирж, выставок и аукционов. Особенности фирменной торговли
22	Формирование оптовой цены. Торговые скидки и наценки.
23	Розничная торговля: сущность, задачи
24	Классификация предприятий розничной торговли
25	Методы розничной продажи товаров
26	Ассортиментная политика розничных предприятий
27	Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования.
28	Стратегическое планирование и обоснование выгодной зоны рыночного присутствия – матрицы ВКГ, И. Ансоффа, М. Портера.
29	Выбор целевого рынка. План проникновения на новые сегменты рынка
30	Бизнес-планирование. Основные функции бизнес-плана
31	Планирование маркетингового исследования
32	Обработка полученных в результате исследования данных. Подготовка отчетов.
33	Основные статьи договора купли-продажи
34	Основные экономические показатели оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

#### Задание 1

Первичная информация собирается непосредственно в соответствии с целями исследования. Методология сбора, степень надежности информации и объем выборки контролируются. Существенным ее недостатком является невозможность или значительные трудности получения некоторых видов информации, например, данных об эластичности спроса по доходу.

Вопросы и задания.

Разработайте план получения первичной информации, включающий:

1. выбор метода проведения исследований;
2. выбор места проведения исследований;
3. определение необходимого объема выборки.

#### Задание 2.

Общество с ограниченной ответственностью «С.» заключило с ПАО «А.» договор поставки запчастей для производства станков. Через месяц контрольный пакет акций ПАО «А.» был продан АО «К.», которое в установленном порядке приняло решение о репрофилировании юридического лица и закрытии производства станков. Одновременно ПАО «А.» предложили ООО «С.» расторгнуть договор поставки, в связи с существенными изменением обстоятельств (закрытие производства). ООО «С.» не согласилось с аргументами ПАО «А.», считая их следствием собственных действий последнего, и потребовало реального исполнения договора или компенсации своих убытков. ПАО «А.» обратилось в суд с требованием о расторжении договора поставки.

1. Какое решение должен вынести суд?
2. Каковы условия и порядок расторжения договора по мотивам существенного изменения обстоятельств?

#### Задание 3.

Определите отпускную цену единицы товара с НДС, если известно следующее:

- Готовой объем реализации – 10 тыс. шт.;
- Переменные затраты на единицу продукции – 1400 руб.;
- Постоянные затраты на весь выпуск – 2,5 млн руб.;
- Прибыль на единицу продукции – 400 руб.;
- Ставка НДС – 18%.

#### Задание 4.

Компания «Стар» с использованием анкетного опроса выполнила исследование по оценке качества обслуживания клиентов. Результаты анкетного опроса показали, что отличное обслуживание отметили 1100 потребителей, хорошее обслуживание соответственно 1200, удовлетворительное — 100; неудовлетворительное — 50. Определите коэффициент качества обслуживания клиентов и подготовьте конструктивные предложения по повышению сервиса обслуживания потребителей.

#### Задание 5.

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 %. Определить оптовую цену закупки.



### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра выполняются контрольные работы.

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.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Леонов С. А., Попов Ю. А.	Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202012">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202012</a>
Лев, М. Ю.	Цены и ценообразование	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81589.html">http://www.iprbookshop.ru/81589.html</a>
Минько, Э. В., Минько, А. Э.	Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/74228.html">http://www.iprbookshop.ru/74228.html</a>
Пигунова, О. В., Бондаренко, О. Г.	Стратегия организации торговли	Минск: Вышэйшая школа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/90827.html">http://www.iprbookshop.ru/90827.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Минько, Э. В., Минько, А. Э.	Методы прогнозирования и исследования операций	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/70613.html">http://www.iprbookshop.ru/70613.html</a>
Брезгина, К. В., Антинескул, Е. А., Ясырева, А. А.	Маркетинговые исследования	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83809.html">http://www.iprbookshop.ru/83809.html</a>
Щербакова, Е. В., Ольховатов, Е. А.	Методы и средства научных исследований	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/96558.html">http://www.iprbookshop.ru/96558.html</a>
Мантусов, В. Б., Мантусов, В. Б.	Ценообразование во внешней торговле	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/70842.html">http://www.iprbookshop.ru/70842.html</a>
Алексеев, Г. В., Холявин, И. И.	Математические средства решения задач управления логистическими системами	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/96849.html">http://www.iprbookshop.ru/96849.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Официальный интернет-портал правовой информации (федеральная государственная информационная система) [Электронный ресурс].

URL: <http://pravo.gov.ru>

Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

Google Forms

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду