

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 28 » июня _____ 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.02 Коммерческая деятельность

Учебный план: 2022-2023 38.03.02 ИЭСТ Маркетинг ЗАО №1-3-107.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	8	52	4	2	Зачет
	РПД	8	52	4	2	
Итого	УП	12	84	4	3	
	РПД	12	84	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

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 организационно-управленческой и предпринимательской деятельности.

1.2 Задачи дисциплины:

- раскрыть сущность коммерческой деятельности, её субъектов и объектов, видов коммерческой деятельности и дать их характеристику.
- сформировать основной категориально - понятийный аппарат дисциплины.
- выработать принципы планирования и организации снабжения и сбыта
- рассмотреть виды торговых операций, особенности коммерческой деятельности при организации продажи товаров на оптовых рынках, аукционах, товарных биржах, ярмарках и выставках
- определить сущность и особенности коммерческой деятельности в розничной торговле, типы розничных предприятий и формы продажи, организацию и технологию розничных продаж, ассортиментную и ценовую политику.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Международный маркетинг

Маркетинговый анализ деятельности фирмы

Анализ финансово-хозяйственной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен проводить исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Знать: Принципы, методы и технологии осуществления оптовой и розничной торговли с применением сети «Интернет»; основы построения систем электронной коммерции
Уметь: Использовать интернет-технологии для решения организационно-управленческих задач
Владеть: Навыками реализации коммерческой деятельности и методами организации продаж оптовой и розничной торговли, с применением информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-8: Способен согласовывать с заказчиком показатели эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Знать: Организацию и технологию ведения деловых переговоров в коммерческой деятельности; основные показатели финансово-хозяйственной деятельности; методики проведения анализа коммерческой деятельности
Уметь: Применять программы и сервисы для оценки экономической эффективности коммерческой деятельности
Владеть: Навыками анализа финансовой отчетности для оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия

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. Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой деятельности	4				
Тема 1. Концепция коммерческой деятельности принципы и сущность. Субъекты и объект коммерческой деятельности, их виды и характеристика. Необходимые условия для коммерческой деятельности. Влияние основных факторов на результат коммерческой деятельности. Классификация коммерческих рисков. Основные факторы, влияющие на коммерческий риск. Методы снижения коммерческого риска.		0,5		8	ИЛ
Тема 2. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Особенности коммерческой деятельности на предприятиях различных организационно-правовых форм. Факторы, оказывающие влияние на построение организационной структуры коммерческой службы. Принципы формирования организационной структуры коммерческой службы предприятия.		1		8	
Тема 3. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Договорная работа с поставщиками и посредниками. Понятие и виды договоров. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров. Ответственность сторон за нарушения договора. Организация проведения деловых переговоров.		1,5		10	
Тема 4. Коммерческая работа по оптовым закупкам. Сущность и значение закупочной работы. Оптовые закупки товаров. Порядок заключения договора поставки, его содержание. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках.		1		6	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Планирование и организация снабжения и сбыта	5				
Тема 5. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров. Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли. Сущность и значение оптовой продажи товаров. Методы повышения эффективности оптовой продажи товаров. Практическое занятие: "Договорная работа с поставщиками и посредниками. Организация закупок. Изучение принципов размещения товарных складов".		1,5	1	7	ИЛ

<p>Тема 6. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли. Сущность и особенности коммерческой работы на предприятиях розничной торговли. Типы розничных предприятий и формы продаж. Методы стимулирования продажи товаров. Организация и технология розничной продажи товаров. Практическое занятие: "Размещение товаров в торговом зале. Оперативные процессы в розничном торговом предприятии"</p>	1	1	6	
<p>Тема 7. Ассортиментная политика торгового предприятия. Формирование ассортимента и управление товарными запасами. Ассортимент товаров. Принципы формирования ассортимента и управление товарными запасами. Организация товародвижения. Практическое занятие: "Расчет коэффициентов широты, глубины, полноты и обновления ассортимента товаров с учетом графиков поставки в торговом предприятии. Построение ассортиментной матрицы".</p>	1,5	1	9	
<p>Тема 8. Правовая и нормативная база коммерческой деятельности. Правовые и нормативные документы, регламентирующие коммерческую деятельность. Правила продажи товаров. Защита прав потребителей. Санитарные правила и пожарная безопасность торговых предприятий. Организация государственного контроля над торговлей. Практическое занятие: "Анализ особенностей правил продажи отдельных видов товаров".</p>	1	1	9	
<p>Раздел 3. Управление коммерческой деятельностью</p>				
<p>Тема 9. Управление торговым и технологическим процессом и организация труда в магазине. Управление технологическим процессом в магазине. Рациональное разделение труда работников магазина. Режим работы и условия труда в магазине. Организация материальной ответственности в магазине. Практическое занятие: "Управление технологическим процессом в магазине".</p>	0,5	1	6	
<p>Тема 10. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности. Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия. Практическое занятие: "Анализ финансовых отчетов для оценки эффективности деятельности предприятия".</p>	1,5	2	8	

Тема 11. Применение интернет-технологий в коммерческой деятельности. Особенности формирования ассортимента, организации закупок, продаж товаров, сервисного обслуживания в интернет среде. Электронная коммерция. Практическое занятие: "Торговые системы электронной коммерции в сети Интернет. Электронные магазины."		1	1	7	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	8	52	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		20,25		84	

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-4	<p>Раскрывает характеристики оптовой и розничной торговли; классификацию торговых предприятий; идентификационные признаки и характеристика торговых организаций различных типов и видов; структуру торгово-технологического процесса; перечисляет основные принципы электронной коммерции.</p> <p>Осуществляет организацию и управление процессами купли-продажи и обмена товаров, выбор каналов распределения поставщиков и торговых посредников в онлайн среде.</p> <p>Применяет современные информационные технологии для оценки потенциальных рыночных возможностей предприятия и эффективной организации продаж.</p>	<p>Вопросы устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированные задания</p> <p>Практико-ориентированные задания</p>
ПК-8	<p>Формулирует основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности, договоры в коммерческой деятельности, технологию ведения деловых переговоров; называет и характеризует основные методики проведения анализа коммерческой деятельности.</p> <p>Проводит коммерческие переговоры, заключает договоры купли-продажи; осуществляет анализ коммерческой деятельности предприятия на основе применения современных программ и сервисов, объясняет содержание норм права, регулирующих способы расчёта ресурсов предприятия.</p> <p>Проводит оценку необходимости и возможности разработки стратегии предприятия на основе анализа финансовых показателей организационно-экономической деятельности.</p>	<p>Вопросы устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированные задания</p> <p>Практико-ориентированные задания</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
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	
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.	

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 5	
1	Выбор целевого рынка. План проникновения на новые сегменты рынка.
2	Стратегическое планирование и обоснование выгодной зоны рыночного присутствия – матрицы ВКГ, И.Ансоффа, М. Портера.
3	Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования. Технология планирования коммерческой деятельности.
4	Формы риска участников коммерческих сделок на рынке, связанные с ценой, кредитованием, сроками сдачи товаров, их качеством и конъюнктурой.
5	Формы проведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.
6	Исполнение договоров купли-продажи: подготовка товара к отгрузке и документальное оформление исполнения коммерческой сделки.
7	Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. Формы кооперации в торговле.
8	Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров.
9	Услуги как объект коммерческой деятельности. Содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов.
10	Оценка товаров в рыночных условиях, обеспечивающая установление его равновесной цены.
11	Виды субъектов коммерческой деятельности в сфере товарного обращения.
12	Электронная коммерция
13	Особенности формирования ассортимента, организации закупок, продаж товаров, сервисного обслуживания в интернет среде
14	Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия
15	Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли
16	Услуги, оказываемые розничными торговыми предприятиями. Качество и уровень обслуживания потребителей. Стандарт обслуживания клиентов
17	Торговые и технологические операции в розничной торговле
18	Организационные этапы розничной торговли.
19	Приемка товара по количеству и качеству
20	Формы расчетов при оптовой торговле: платежные поручения, вексельная форма, чеки, аккредитивы
21	Содержание прогрессивных форм торговли: ярмарок, бирж, выставок и аукционов.
22	Формы и технология оптовой продажи товаров
23	Социально-экономическая сущность оптовой торговли: структура, классификационные признаки.
24	Стратегическое и оперативное планирование сбыта. Методы прогнозирования сбыта продукции.
25	Структура построения службы сбыта.
26	Создание клиентоориентированного портфеля заказов. Факторы, оказывающие влияние на формирование портфеля заказов
27	Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции. Сбытовая программа предприятия
28	Управление товарными запасами на складах оптовых предприятий
29	Роль товарных запасов в обеспечении устойчивости товарного ассортимента

30	Оценочные модели ассортимента ABC и XYZ.
31	Ассортиментная политика в оптовых и розничных предприятиях. Принципы подбора товарного ассортимента в магазинах
32	Обоснование предпринимательского замысла. Этапы разработки проекта стартап на новинку
33	Бизнес-планирование. Основные функции бизнес-плана, его структура.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1.

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, если предприятие является:

- 1) полным товариществом;
- 3) акционерным обществом.

Задание 2.

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.

Задание 3.

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.

Задание 4.

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.

Задание 5.

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.

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
6.1.1 Основная учебная литература				

Девятловский, Д. Н.	Коммерческая деятельность предприятия (организации)	Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева	2020	http://www.iprbookshop.ru/107203.html
Пахомова, Н. Г.	Организация деятельности торгового предприятия: основы организации деятельности розничного торгового предприятия	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/109725.html
Пахомова, Н. Г.	Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	https://www.iprbookshop.ru/116164.html
Пучкова С. В.	Коммерческая деятельность	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019411
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Минько, Э. В., Минько, А. Э.	Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/74228.html
Батраева, Э. А.	Ценообразование в торговле	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2018	http://www.iprbookshop.ru/100148.html
Захарова Ю. А.	Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/75194.html
Киселева, Л. Г.	Экономический анализ и оценка результатов коммерческой деятельности	Саратов: Вузовское образование	2017	http://www.iprbookshop.ru/68930.html
Кент, Т., Омар, О.	Розничная торговля	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81845.html
Васильева, Е. А., Гришанова, Я. О.	Система маркетинговых исследований и информации в сервисе	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/71588.html
Валько, Д. В.	Маркетинг взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли: концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81482.html
Шолин К. Ю.	Визуальный мерчандайзинг. Витринистика	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202157

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

Рейтинг РБК (Электронный ресурс) URL: <http://www.rating.rbc.ru>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]
URL: <http://window.edu.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL: <http://publish.sutd.ru/>

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

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

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