

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.07**

Методы исследования коммерческой деятельности

Учебный план: 2025-2026 38.04.01 ИЭСТ ЭАИиИДФ ОО №2-1-112.plx

Кафедра: **55** Экономики и финансов

Направление подготовки:  
(специальность) 38.04.01 Экономика

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
2	УП	17	17	37,75	0,25	Зачет
	РПД	17	17	37,75	0,25	
Итого	УП	17	17	37,75	0,25	
	РПД	17	17	37,75	0,25	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Куликова О.М.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономики и финансов

\_\_\_\_\_

Климова Наталья  
Сергеевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Климова Наталья  
Сергеевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 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	Форма текущего контроля
		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. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений. Основные статьи договора поставки. Практическое занятие: "Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Выбор территориально удаленного поставщика		2	2	5	ИЛ	
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".	2	2	2	4		Э,ДЗ,З,Т
Тема 3. Методы исследования ассортиментной политики предприятия. Ассортиментная политика в оптовых и розничных предприятиях. Оценочные модели ассортимента ABC и XYZ, совмещенный анализ. Управление товарными запасами. Практическое занятие: "Анализ ассортимента торгового предприятия. Построение ассортиментной матрицы		2	2	3		

<p>Тема 4. Формирование политики ценообразования и сбыта в коммерческой деятельности. Уровень, структура, динамика цены. Методы и стратегии ценообразования.</p> <p>Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции. Виды сбыта продукции: прямой, косвенный, интенсивный, селективный.</p> <p>Практическое занятие: "Стимулирование сбыта. Использование различных методов и стратегий ценообразования для обеспечения эффективной коммерческой деятельности".</p>		3	3	5		
<p>Тема 5. Формы и методы оптовой и розничной торговли.</p> <p>Сущность, роль и виды торговли. Оптовая торговля. Формы и методы оптовой торговли. Организация и техника операции на торговых площадках. Розничная торговля. Специализация и типизации розничных торговых предприятий. Формы и методы розничной продажи товаров. Практическое занятие: "Организация процесса оптовой и розничной продажи товаров".</p>		2	2	9	ИЛ	
<p>Раздел 2. Организация процесса исследования коммерческой деятельности предприятия</p>						
<p>Тема 6. Внутрифирменное планирование. Сущность, принципы и виды внутрифирменного планирования. Этапы внутрифирменного планирования. Методы планирования.</p> <p>Практическое занятие: "Построение матрицы ВКГ. Выбор наиболее перспективных товаров".</p>		2	2	3	ИЛ	
<p>Тема 7. Маркетинговое исследование рынка.</p> <p>Понятие маркетингового исследования. Первичная и вторичная маркетинговая информация. Этапы маркетинговых исследований. Основные методы сбора первичных данных.</p> <p>Практическое занятие: "Разработка плана маркетингового исследования"</p>		2	2	2,75	ИЛ	З,ДЗ,К
<p>Тема 8. Анализ собранной в процессе исследования рынка информации.</p> <p>Применение статистических методов для анализа собранной информации. Содержание отчета о проведении исследования.</p> <p>Практическое занятие: "Систематизация и анализ данных полученных в результате исследования."</p>		2	2	6		
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>		17	17	37,75		
<p>Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)</p>			0,25			
<p><b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b></p>			34,25	37,75		

#### 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 закупки и поставки товаров, осуществляет связи с поставщиками и покупателями, контролирует выполнение договорных обязательств.	Практико-ориентированные задания
	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 повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий.	Практико-ориентированные задания

##### 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
Семестр 2	
1	Виды субъектов коммерческой деятельности в сфере товарного обращения
2	Организационно-правовые формы в коммерческой деятельности
3	Организация расчетов в коммерческой деятельности
4	Основные методы исследования в коммерческой деятельности предприятий
5	Методы маркетинговых исследований рынка
6	Характеристика методов опрос, наблюдение, эксперимент. Применение опроса, наблюдения и эксперимента для исследования рынка
7	Методы исследования ассортиментной политики предприятия
8	Ассортиментная политика оптовых предприятий
9	Оценочные модели ассортимента ABC и XYZ, совмещенный анализ
10	Управление товарными запасами торговой организации
11	Уровень, структура, динамика цены. Особенности государственного регулирования цен
12	Методы и стратегии ценообразования
13	Организация закупочной деятельности
14	Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции
15	Методы стимулирования сбыта продукции
16	Социально-экономическая сущность оптовой торговли
17	Формы и методы оптовой торговли
18	Содержание прогрессивных форм торговли: ярмарок, бирж, выставок и аукционов.
19	Формирование оптовой цены
20	Розничная торговля: сущность, задачи
21	Классификация предприятий розничной торговли
22	Методы розничной продажи товаров
23	Ассортиментная политика розничных предприятий
24	Принципы, цели и задачи внутрифирменного планирования.
25	Стратегическое планирование
26	Бизнес-планирование. Основные функции бизнес-плана
27	Планирование маркетингового исследования рынка
28	Обработка полученных в результате исследования рынка данных. Подготовка отчетов
29	Основные статьи договора купли-продажи
30	Основные экономические показатели оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия
31	Основные этапы маркетингового исследования рынка
32	Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений
33	Организация хозяйственных связей с поставщиками.
34	Анализ собранной в процессе исследования рынка информации

## 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

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>				
Кисова, А. Е.	Инвестиционная деятельность коммерческой организации	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/118438.html">https://www.iprbooks.hop.ru/118438.html</a>
Ахмадиев, Ф. Г., Гильфанов, Р. М.	Математическое моделирование и методы оптимизации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/116448.html">https://www.iprbooks.hop.ru/116448.html</a>
Горбунов, В. Л.	Бизнес-планирование	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2024	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/133925.html">https://www.iprbooks.hop.ru/133925.html</a>
Мазилкина, Е. И.	Бизнес-планирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/134682.html">https://www.iprbooks.hop.ru/134682.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная 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>
Подсорин, В. А.	Методы исследований в экономике	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/115856.html">https://www.iprbooks.hop.ru/115856.html</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>
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>
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>
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>

Кириллов, Ю. Г., Кузнецов, В. В.	Ценообразование во внешней торговле	Омск: Омский государственный технический университет	2019	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/115459.html">https://www.iprbooks.hop.ru/115459.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>
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