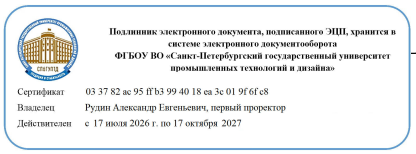
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07 Методы исследования коммерческой деятельности

Учебный план: 2026-2027 38.04.01 ИЭСТ ЭАИиИДФ ОО №2-1-112.plx

Кафедра: 55 Экономики и финансов

Направление подготовки: (специальность) 38.04.01 Экономика

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

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

Санкт-Петербург
2026

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	2					Э,ДЗ,З,Т
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	4		
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		

Тема 4. Формирование политики ценообразования и сбыта в коммерческой деятельности. Уровень, структура, динамика цены. Методы и стратегии ценообразования. Содержание сбыта как экономической категории процесса расширенного воспроизводства: цели, задачи, принципы и функции. Виды сбыта продукции: прямой, косвенный, интенсивный, селективный. Практическое занятие: "Стимулирование сбыта. Использование различных методов и стратегий ценообразования для обеспечения эффективной коммерческой деятельности".		3	3	5		
Тема 5. Формы и методы оптовой и розничной торговли. 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".		2	2	9	ИЛ	
Раздел 2. Организация процесса исследования коммерческой деятельности предприятия						З,ДЗ,К
Тема 6. Внутрифирменное планирование. Сущность, принципы и виды внутрифирменного планирования. Этапы внутрифирменного планирования. Методы планирования. Практическое занятие: "Построение матрицы BKG. Выбор наиболее перспективных товаров".		2	2	3	ИЛ	
Тема 7. Маркетинговое исследование рынка. Понятие маркетингового исследования. Первичная и вторичная маркетинговая информация. Этапы маркетинговых исследований. Основные методы сбора первичных данных. Практическое занятие: "Разработка плана маркетингового исследования"		2	2	2,75	ИЛ	
Тема 8. Анализ собранной в процессе исследования рынка информации. Применение статистических методов для анализа собранной информации. Содержание отчета о проведении исследования. Практическое занятие: "Систематизация и анализ данных полученных в результате исследования."		2	2	6		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	37,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		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; определят 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 перепрофилировании 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
6.1.1 Основная учебная литература				
Кисова, А. Е.	Инвестиционная деятельность коммерческой организации	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	https://www.iprbookshop.ru/118438.html
Ахмадиев, Ф. Г., Гильфанов, Р. М.	Математическое моделирование и методы оптимизации	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	https://www.iprbookshop.ru/116448.html
Мазилкина, Е. И.	Бизнес-планирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/134682.html
Выгодчикова, И. Ю.	Методы финансовых вычислений	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/141283.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Горбунов, В. Л.	Бизнес-планирование	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/133925.html
Леонов С. А., Попов Ю. А.	Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202012
Подсорин, В. А.	Методы исследований в экономике	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	https://www.iprbookshop.ru/115856.html
Минько, Э. В., Минько, А. Э.	Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/74228.html
Минько, Э. В., Минько, А. Э.	Методы прогнозирования и исследования операций	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/70613.html
Брезгина, К. В., Антинескул, Е. А., Ясырева, А. А.	Маркетинговые исследования	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83809.html
Кириллов, Ю. Г., Кузнецов, В. В.	Ценообразование во внешней торговле	Омск: Омский государственный технический университет	2019	https://www.iprbookshop.ru/115459.html

Щербакова, Е. В., Ольховатов, Е. А.	Методы и средства научных исследований	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/96558.html
Алексеев, Г. В., Холявин, И. И.	Математические средства решения задач управления логистическими системами	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/96849.html

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