

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


А.В. Егоров

«28» 06 2024

Регистрационный № УД- 5940-24/уч.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальностей:

6-05-0413-01 «Коммерция»;

6-05-0413-02 «Товароведение»

Учебная программа составлена на основе образовательных стандартов общего высшего образования ОСВО 6-05-0413-01-2023 и ОСВО 6-05-0413-02-2023, учебных планов по специальностям 6-05-0413-01 «Коммерция» и 6-05-0413-02 «Товароведение».

СОСТАВИТЕЛЬ:

С.Л. Флерко, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.И. Хмельницкая, начальник отдела торговли и услуг Администрации Центрального района г. Минска;

Н.В. Шутилина, доцент кафедры экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 08.02.2024);

Методической комиссией по специальностям «Коммерческая деятельность», «Коммерция», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» (профилизация «Экономическое и антимонопольное регулирование») учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 25.03.2024);

Методической комиссией по специальностям «Товароведение и экспертиза товаров», «Товароведение» «Товароведение и торговое предпринимательство» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 03.04.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 27.06.2024).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Коммерческая деятельность» направлена на формирование профессиональных навыков специалистов в сфере коммерции. Использование ими в своей профессиональной деятельности знаний в области коммерческой деятельности будет способствовать эффективной работе организаций.

Цель преподавания учебной дисциплины – формирование у студентов профессиональных знаний в области коммерческой деятельности, развитие экономического мышления, комплексного понимания организации коммерческой деятельности, позволяющих находить обоснованные управленческие решения и их практическое применение в складывающейся ситуации на потребительском рынке.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- обеспечить теоретическую подготовку по вопросам коммерческой деятельности и развить у обучающихся соответствующее мышление, позволяющее принимать самостоятельные управленческие решения;

- сформировать у студентов четкое представление об особенностях механизма функционирования объектов торговли различных организационно-правовых форм;

- привить студентам практические навыки и умения использования технологий коммерческой деятельности для обеспечения эффективности деятельности организаций.

В результате изучения учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» формируются следующие **компетенции**:

универсальные:

УК-1 – Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.

УК-5 – Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности.

УК-6 – Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности.

базовая профессиональная:

БПК-10 – Применять инструментарий коммерческой деятельности для повышения эффективности функционирования организации.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- сущность и содержание коммерческой деятельности;
- принципы организации коммерческой работы и ее направления;
- факторы, влияющие на состояние рынка деятельности организации;
- принципы формирования ассортимента товаров для различных типов магазинов и оптовых организаций торговли;
- методы изучения и прогнозирования покупательского спроса на товары;
- организацию хозяйственных связей по поставкам товаров;

- организацию информационно-рекламной деятельности в торговых организациях;
- законодательство, регулирующее коммерческую деятельность;

уметь:

- на основе анализа рынка прогнозировать потребности населения в товарах народного потребления;
- применять методы изучения покупательского спроса населения на товары народного потребления;
- создавать банк коммерческой информации и на их основе составлять конъюнктурные обзоры;
- формировать конкурентоспособный ассортимент товаров;
- управлять ассортиментом товаров в торговых организациях;
- устанавливать деловые связи с поставщиками, разрабатывать и заключать контракты и договора на поставку товаров;
- управлять коммерческими процессами;
- организовывать процесс оптовой закупки товаров;
- проводить оценку поставщиков товаров;
- организовывать процесс оптовой продажи товаров;

владеть:

- базовыми научно-теоретическими знаниями для решения практических задач;
- приемами и способами сбора и обработки данных;
- методиками оценки применяемых технологий и методов закупки и продажи товаров;
- инструментами обоснования принятия управленческих решений по выбору поставщиков товаров;
- навыками принятия обоснованных решений по совершенствованию деятельности торговых организаций, базирующиеся на использовании современных технологий отрасли;
- системными знаниями и умениями для решения междисциплинарных задач и проблем.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к модулю «Коммерческая деятельность» государственного компонента.

Содержание учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» опирается на изучение учебных дисциплин «Экономика отрасли», «Организация и технология торговли», «Менеджмент торговли». Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность» необходима для изучения учебных дисциплин «Финансовая политика в торговле», «Товарная экспертиза».

Формы получения образования – дневная, заочная, заочная (на базе ССО).

дисциплины по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» отводится:

– для дневной формы получения образования: общее количество учебных часов – 296 часов, аудиторных – 144 часа, из них лекции – 74 часа; практические занятия – 40 часов; семинарские – 14 часов; лабораторные занятия – 16 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

6 семестр – лекции - 34 часа, практические занятия - 20 часов; семинарские занятия - 8 часов; лабораторные занятия – 4 часа;

7 семестр – лекции - 40 часов, практические занятия - 20 часов; семинарские занятия - 6 часов; лабораторные занятия - 12 часов.

Самостоятельная работа студента – 152 часа.

– для заочной формы получения образования: общее количество учебных часов – 296, аудиторных – 32 часа, из них лекции – 16 часов; практические занятия – 8 часов; семинарские – 4 часа; лабораторные занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 сессия – лекции - 6 часов;

8 сессия – лекции - 4 часа, практические занятия – 6 часов;

9 сессия – лекции - 6 часов, практические занятия – 2 часа, семинарские занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента – 264 часа.

– для заочной формы получения образования (на базе ССО): общее количество учебных часов – 296, аудиторных – 30 часов, из них лекции – 16 часов, практические занятия – 8 часов, семинарские занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 сессия – лекции 10 часа, практические занятия – 6 часов;

6 сессия – лекции 6 часов, практические занятия – 2 часа, семинарские занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента – 266 часов.

Трудоемкость – 8 з.е.

Формы промежуточной аттестации – зачет, курсовая работа, экзамен.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» отводится:

– для дневной формы получения образования: общее количество учебных часов – 188, аудиторных – 92 часа, из них лекции – 44 часа, практические занятия – 20 часов, семинарские занятия – 12 часов, лабораторные занятия – 16 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

4 семестр – лекции - 22 часа, практические занятия – 10 часов, семинарские занятия – 8 часов, лабораторные занятия – 4 часа;

5 семестр: лекции – 22 часа; практические занятия – 10 часов, семинарские занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 12 часов.

Самостоятельная работа студента – 96 часов.

– для заочной формы получения образования (на базе ССО): общее количество учебных часов – 188, аудиторных – 20 часов, из них лекции – 10 часов, практические занятия – 4 часа, семинарские занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

3 сессия – лекции - 4 часа;

4 сессия – лекции - 4 часа; практические занятия - 2 часа; лабораторные занятия - 2 часа.

5 сессия – лекции - 2 часа; практические занятия - 2 часа; семинарские занятия - 2 часа; лабораторные занятия - 2 часа.

Самостоятельная работа студента – 168 часов.

Трудоемкость – 6 з.е.

Формы промежуточной аттестации – зачет, экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВЛЕ

Тема 1.1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления

Понятие и цель коммерческой деятельности. Краткая история развития коммерческой деятельности. Принципы и функции коммерческой деятельности. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях.

Основные направления коммерческой деятельности: коммерческая деятельность предприятия; коммерческая деятельность оптовых и розничных торговых организаций.

Коммерческая служба организации: структура, функции, взаимосвязь с другими подразделениями. Задачи коммерческой службы. Функции, выполняемые коммерческими службами. Функции коммерческого аппарата торговой организации. Организационные структуры коммерческих служб. Профессиональные требования, предъявляемые к коммерческому работнику. Личностные требования, предъявляемые к коммерческому работнику.

Особенности организации коммерческих служб в различных организационно-правовых формах субъектов хозяйствования.

Тема 1.2. Содержание коммерческой деятельности

Структура и содержание коммерческой деятельности организации при взаимодействии с внешней средой. Субъекты коммерческой деятельности: физические и юридические лица. Коммерческие и некоммерческие организации. Их классификация и виды. Объекты коммерческой деятельности и их виды. Товар как основной объект коммерческой деятельности: понятие и классификация. Понятие торговой марки и бренда. Услуги как специфический товар и объект коммерческой деятельности. Виды услуг.

Инфраструктура коммерческой деятельности и ее характеристика.

Основные элементы коммерческой деятельности: информационное обеспечение коммерческой деятельности; определение потребности в товарах; выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов распределения; коммерческая деятельность по установлению хозяйственных связей между партнерами; организация оптовых закупок товаров; коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров; коммерческая деятельность по организации розничной продаже товаров; управление товарными ресурсами; работа по продвижению товара на рынок, обеспечивающая формирование спроса, стимулирование продажи товаров; оказание услуг, сервисное сопровождение товаров; разработка коммерческой стратегии торговой организации. Взаимосвязь между элементами коммерческой деятельности и внешней средой.

Группы коммерческих операций, обслуживающих различные этапы коммерческого процесса: операции, которые выполняются при установлении взаимоотношений с организациями-изготовителями; операции регулирующие взаимоотношения оптовой и розничной торговли; коммерческие операции, связанные с розничной продажей товаров; операции, необходимые на всем пути товародвижения от производителя до потребителя.

Факторы, оказывающие влияние на состояние коммерческой деятельности организации: факторы внутреннего воздействия; факторы внешнего воздействия.

Система управления коммерческой деятельностью. Основные подсистемы управления коммерческой деятельностью: методология управления коммерческой деятельностью; процесс управления; структура управления; техника управления.

Риски в коммерческой деятельности организации. Понятие коммерческих рисков. Источники рисков в коммерческой деятельности. Основные факторы, влияющие на коммерческий риск. Внешние факторы прямого и косвенного воздействия. Внутренние факторы. Объективные и субъективные причины коммерческого риска.

Тема 1.3. Коммерческая информация и ее защита

Понятие и назначение коммерческой информации и источники ее получения. Внутренние источники получения коммерческой информации. Внешние источники получения коммерческой информации. Первичные и вторичные источники информации.

Основные группы коммерческой информации: информация о потребителях и мотивах их покупок; информация о товаре; информация о конкурентной среде; информация о конъюнктуре рынка; информация о потенциальных возможностях торговой организации.

Понятие конъюнктуры рынка и основная цель ее изучения. Задачи изучения конъюнктуры рынка. Этапы проведения конъюнктурных исследований. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Использование результатов изучения конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности. Конъюнктурный обзор рынка и порядок его составления.

Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Коммерческая тайна и ее содержание. Законодательство по регулированию отношений, связанных с коммерческой тайной. Информация, не составляющая коммерческую тайну. Обеспечение защиты коммерческой тайны и ответственность за ее разглашение. Мероприятия, направленные на защиту коммерческой информации в организации.

Понятие торговой марки, марочного названия, марочного знака, товарного знака и бренда. Собственные торговые марки. Виды товарных марок и их роль в коммерческой деятельности.

Виды и функции товарного знака организации, основные требования, предъявляемые к нему. Психологические аспекты восприятия товарных знаков. Решения о целесообразности использования товарного знака. Организация

разработки товарного знака. Правовые аспекты использования и охраны товарного знака.

Упаковка как элемент товарной политики. Сущность и функции упаковки. Виды упаковки: первичная, вторичная, транспортная. Концепция создания упаковки. Основополагающие, дополнительные и маркетинговые требования к упаковке товара.

Понятие и основные функции маркировки. Производственная и торговая маркировка, их основные носители. Структура маркировки. Текст, рисунок и информационные знаки как элементы маркировки. Штриховое кодирование.

Брендбук как источник информации о торговой организации. Основные элементы и разделы брендбука.

Раздел 2. ФОРМИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Тема 2.1. Договорная работа в коммерческой деятельности

Понятие и сущность хозяйственных связей организаций по поставкам товаров. Содержание хозяйственных связей. Простая и сложная структуры хозяйственных связей, их характеристика, экономическая целесообразность применения. Предмет и субъекты хозяйственных связей. Коммерческие функции предполагающие организацию выполнения хозяйственных связей. Элементы системы хозяйственных связей.

Понятие коммерческой сделки: основное содержание сделки. Виды сделок зависимости от субъектного состава, от интереса сторон в сделке, от момента признания сделки совершенной, от срока действия сделки. Основные этапы проведения сделки.

Понятие хозяйственного договора. Виды хозяйственных договоров, используемых в коммерческой деятельности торговых организаций: договор купли-продажи. договор мены, договор комплексной предпринимательской лицензии.

Договор купли-продажи и его роль в условиях рыночных отношений. Структура и содержание договора купли-продажи. Содержание договора поставки, характеристика его разделов, порядок заключения, изменения и расторжения. Использование типовых договоров поставки товаров в деятельности торговых организаций. Документация, оформляющая исполнение договора поставки. Особенности договоров поставки товаров для государственных нужд.

Основные принципы договорной дисциплины: реального исполнения и надлежащего исполнения договорных обязательств.

Договорная работа и ее содержание: преддоговорная работа; заключение, изменение, дополнение и расторжение договора; учет и контроль исполнения договорных обязательств; оценка эффективности сделок.

Анализ и оценка выполнения договорных обязательств. Оценка выполнения договора по общему объему поставки. Анализ выполнения договора поставки по отдельным ассортиментным позициям. Анализ

равномерности и ритмичности поставки.

Имущественная ответственность и санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договоров.

Тема 2.2. Формы сотрудничества в коммерческой деятельности

Сущность, функции и виды лизинга. Предмет и субъект лизинга. Правовое регулирование лизинга. Лизинговые операции и их виды: оперативный, финансовый, возвратный, компенсационный, чистый, раздельный, револьверный лизинг.

Лизинговая сделка. Механизм расчета лизингового платежа. Порядок заключения и исполнения договора лизинга.

Факторинг в коммерческой деятельности организации. Характеристика факторинговых операций. Виды факторинга и типы факторинговых отношений. Открытый и скрытый факторинг. Факторинг с регрессом и без регресса. Внутренний и внешний (международный) факторинг. Факторинг с полным сервисом и агентский факторинг. Реверсивный и закупочный факторинг. Факторинг с предварительной оплатой и финансирование к определенной дате. Стоимость услуги и ценообразование операций факторинга. Преимущества и недостатки факторинга: экономические выгоды и риски.

Франчайзинг: понятие, основные его черты. Схема взаимодействия франчайзера и франчайзи. Виды франчайзинга в зависимости от направлений: франчайзинг товара; производственный франчайзинг; сервисный франчайзинг; франчайзинг бизнес-формата; конверсионный франчайзинг; обратный франчайзинг. Принципы франчайзинга. Источники дохода франчайзера.

Договор франшизы (комплексной предпринимательской лицензии): его содержание и порядок заключения. Основные преимущества и недостатки франчайзинга.

Партнерские связи в коммерческой деятельности. Классификация партнерских связей.

Коммерческая деятельность в сфере аутсорсинга.

Раздел 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ОПТОВОЙ ЗАКУПКИ ТОВАРОВ

Тема 3.1. Организация изучения покупательского спроса

Организация работы по изучению потребностей населения в коммерческой деятельности организаций. Задачи и цели изучения потребностей населения. Использование показателей объема и структуры спроса на товары и услуги в коммерческой деятельности организации, их значение в решении коммерческих задач.

Содержание процесса изучения покупательского спроса. Факторы, влияющие на покупательский спрос, их характеристика и учет в коммерческой деятельности организации.

Особенности изучения спроса на рынке B2B и B2C.

Особенности формирования спроса покупателей на различные товары (продукцию), их учет в коммерческой работе организаций.

Особенности изучения покупательского спроса в розничных и оптовых организациях торговли.

Методы изучения реализованного. Методы изучения неудовлетворенного спроса. Методы изучения формирующегося спроса.

Основные направления использования результатов изучения спроса в коммерческой деятельности организаций торговли.

Понятие сегментации рынка. Виды и способы сегментации. Основные этапы сегментации. Выбор целевой аудитории. Концепция позиционирования в коммерческой деятельности организации. Система бенчмаркетинга как основа успешного позиционирования на рынке. Стратегии позиционирования.

Тема 3.2. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров

Понятие оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Основные принципы закупочной деятельности торговых организаций.

Виды оптовых закупок товаров. Закупка для решения новых задач. Повторная закупку с изменениями. Повторная закупка без изменений.

Факторы, учитываемые при оптовых закупках товаров. Содержание процесса оптовых закупок товаров. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика.

Источники оптовых закупок товаров. Поставщики товаров, их классификация, характеристика, роль в формировании конкурентоспособного ассортимента товаров. Методики оценки и выбора поставщиков.

Формы оптовых закупок. Закупки товаров у поставщиков-изготовителей.

Закупки товаров на оптовых ярмарках и выставках: понятие, виды, классификация. Организация работы оптовой ярмарки. Порядок заключения договоров на ярмарке. Нормативные акты, регламентирующие выставочную и ярмарочную деятельность на территории Республики Беларусь.

Сущность и значение выставок. Классификация выставок. Предпосылки участия в выставках выбор соответствующей выставки. Контроль работы выставочного стенда.

Организация закупки товаров на товарных биржах. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже. Организация закупки товаров на аукционах и конкурсных торгах. Классификация аукционов. Сущность аукционов, характеристика, цели, организация коммерческих операций, документальное оформление сделок купли-продажи.

Государственная закупка. Виды процедур государственных закупок.

Планирование и определение объема закупок товаров. Методы оптовых закупок. Закупка товара одной партией. Регулярные закупки мелкими партиями. Закупки по мере необходимости.

Организация учета и контроля оптовых закупок товаров народного потребления. Пути совершенствования закупочной деятельности организаций торговли.

Раздел 4. АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Тема 4.1. Формирование ассортимента товаров

Понятие ассортимента и номенклатуры товаров. Торговый и промышленный ассортимент. Виды товарного ассортимента: простой, сложный, укрупненный, развернутый, комбинированный, смешанный, сопутствующий.

Товарный ассортимент и его классификация. Свойства и показатели ассортимента товара.

Ассортиментная политика субъектов хозяйствования: понятие, сущность, задачи. Элементы ассортиментной политики субъектов хозяйствования. Порядок (этапы) разработки ассортиментной политики организации.

Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров организации, их классификация.

Формирование ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Принципы формирования ассортимента объекта торговли и их характеристика. Процесс формирования ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Основные направления формирования товарного ассортимента: стабилизация, сокращение, обновление, расширение, совершенствование, гармонизация. Особенности формирования торгового ассортимента в магазинах различных типов и специализаций, объектах мелкорозничной торговой сети. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам: сущность, преимущества, признаки группировки товаров в потребительские комплексы. Классификация потребительских комплексов.

Особенности формирования ассортимента товаров в организациях оптовой торговли.

Тема 4.2. Управление ассортиментом товаров

Управление ассортиментом товаров в организациях торговли: понятие, сущность, цель. Система управления ассортиментом товаров. Планирование ассортимента в организациях торговли.

Организация контроля за состоянием ассортимента товаров: цель, показатели и их расчет, использование в процессе анализа и оценки коммерческой деятельности организации. Ассортиментные перечни товаров: понятие, порядок разработки и утверждения, контроль за соблюдением.

Управление товарными запасами: значение, основные элементы и их характеристика. Методы ABC- и XYZ-анализа товарных запасов торговой организации.

Современные подходы в управлении ассортиментом товаров. Категорийный менеджмент. Выбор категорий товаров и их распределение. Показатели, характеризующие эффективность управления товарной категорией.

Факторный анализ ассортимента и экспертные оценки. ABC-анализ.

XYZ-анализ. Классификация методов анализа и управления ассортиментом. Матрица анализа ассортимента BCG. Матрица «Маркон». Коэффициентные показатели анализа ассортимента. Анализ по методу Дибба-Симкина. Расчет оборачиваемости. Прогнозирование продаж. Графический метод PSM. Сущность ассортиментной стратегии.

Понятие товарного классификатора. Уровни товарного классификатора. Создание товарного классификатора. Понятие ассортиментной матрицы и этапы ее построения. Гармонизация ширины и глубины ассортимента. Оптимизация цен по товарам категорий. Оптимизация торговых площадей по категориям.

Управление товарными запасами и коммерческие решения по их нормализации.

Раздел 5. ОПТОВАЯ ПРОДАЖА ТОВАРОВ

Тема 5.1. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров

Понятие и сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров, и их характеристика: планирование оптовой продажи, поиск оптовых покупателей товаров, установление хозяйственных связей с покупателями товаров, выбор форм и методов оптовой продажи, оказание услуг розничной торговле. Сегментация рынка оптовых покупателей. Определение целевого сегмента.

Типы посредников и их характеристика. Торговые посредники, работающие от своего имени и за свой счет. Торговые посредники, работающие от чужого имени и за чужой счет. Торговые посредники, работающие от чужого имени и за свой счет. Торговые посредники, работающие от своего имени и за чужой счет. Критерии выбора посредников в оптовой торговле. Виды договоров, заключаемых с посредниками.

Транзитная и складская формы оптовой продажи товаров: сущность, условия, целесообразность и эффективность применения.

Методы продажи товаров со складов оптовых организаций: с личной отборкой покупателями, по требованиям-заявкам (заказам) покупателей, через представителей оптовых торговых организаций (менеджеров, товароведов, торговых агентов) и магазины-склады, путем выполнения посыльных операций.

Организация учета и контроля за выполнением договоров с оптовыми покупателями товаров. Планирование оптовых продаж: планирование по продукту; планирование по клиентам; планирование по технологиям.

Услуги оптовым покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовыми покупателям, и их характеристика: технологические, коммерческие, организационные, финансовые, по накоплению и хранению товаров, товароснабжению и др.

Коммерческое предложение в оптовой торговле. Виды коммерческих

предложений. Порядок составления коммерческого предложения. Основные элементы коммерческого предложения.

Тема 5.2. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж

Понятие, сущность и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели, функции и принципы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Состояние и пути развития рекламы в Республике Беларусь.

Классификация видов и средств рекламы. Характеристика видов и средств рекламы и информации, используемых организациями торговли.

Витрины и их виды. Классификация витрин. Устройство и оборудование витрин. Требования к устройству и оформлению витрин. Принципы оформления витрин.

Организация рекламно-информационной деятельности в организациях торговли. Система управления рекламой, ее структура и значение в коммерческой деятельности организаций.

Понятия рекламной акции, мероприятия, кампании. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к медиаплану, порядок его разработки, содержание. Корпоративный план рекламы. Планы рекламных кампаний, игр, акций и других мероприятий по продвижению товаров и услуг. Определение целевой аудитории. Количественные и качественные характеристики целевой аудитории. Увязка показателей целевой аудитории с показателями целевого рынка.

Разработка и формулирование уникального товарного предложения. Достоинства рекламируемой продукции и выгоды для потребителя.

Службы, занимающиеся производством и распространением рекламных материалов и организация работы с ними. Система договорных отношений в рекламной деятельности. Договор возмездного оказания услуг и целесообразность использования его в рекламной деятельности. Коммерческая работа по заключению договоров на оказание рекламных услуг. Структура договора, существенные условия, методические основы разработки основных разделов договора на оказание рекламных услуг.

Эффективность рекламы: социальная, экономическая, психологическая. Методы определения эффективности рекламы. Показатели социальной эффективности рекламы. Показатели экономической эффективности рекламы: дополнительный товарооборот, полученный под воздействием рекламы, рентабельность рекламных мероприятий. Механизм психологического воздействия рекламных средств. Эффективность психологического воздействия рекламных средств, и методы его определения.

Стимулирование продаж. Неценовые средства стимулирования продаж. Ценовые средства стимулирования продаж.

Раздел 6. ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 6.1. Коммерческая деятельность во внешнеэкономических операциях

Сущность, содержание и особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций. Особенности организации экспортно-импортных операций в коммерческих службах предприятий. Коммерческие предложения во внешнеэкономической деятельности.

Способы установления делового партнерства для совершения экспортной сделки. Способы установления делового партнерства для совершения импортной сделки. Понятие коммерческого предложения. Оферта. Твердая оферта. Свободная оферта. Запрос на товар. Заказ.

Понятие, виды и методы осуществления экспортно-импортных операций. Правовое регулирование внешнеэкономических операций.

Определение экспортных возможностей предприятия. Техника оформления внешнеэкономических операций. Этапы процесса исполнения внешнеэкономических контрактов.

Понятие таможен и ее функции. Организация таможенных операций: основные понятия, определения и содержание. Декларирование товаров. Временное хранение товаров. Таможенное оформление. Формы и порядок проведения таможенного контроля. Понятие таможенных режимов и методы определения таможенной стоимости товара. Виды и порядок уплаты таможенных платежей и сборов.

Документы, используемые при совершении экспортно-импортных операций. Понятие внешнеэкономической документации. Определение внешнеэкономической документации. Товаросопроводительные и товарораспорядительные документы. Отгрузочные документы. Основные реквизиты внешнеэкономических документов. Основные группы внешнеэкономических документов.

Международные торговые правила ИНКОТЕРМС. Понятие и содержание правил толкования торговых терминов. Состав Инкотермс-2020, группы терминов. Цели и особенности применения Инкотермс-2020 при заключения международных контрактов купли-продажи. Распределение обязательств по поставке товара между продавцом и покупателем в соответствии с выбранным термином Инкотермс-2020.

Тема 6.2. Коммерческая деятельность производителя

Организационная структура управления коммерческой деятельностью промышленного предприятия. Коммерческие службы предприятия: структура и функции. Задачи и функции в материально-техническом снабжении. Задачи и функции сбыта. Основные элементы текущего планирования коммерческой деятельности предприятия: изучение рынка сырья и материалов, разработка стратегии снабжения.

Условия поставки материальных ресурсов. Основные обязанности поставщика и покупателя. Требования к упаковке и маркировке.

Закупочная деятельность промышленного предприятия. Субъекты и

процессы материально-технического снабжения. Виды закупок. Процесс принятия решения о закупках. Факторы, учитываемые при принятии решения о закупке. Типовая структура бизнес-процесса закупок. Разработка плана закупок материальных ресурсов. Определение потребности предприятия в материальных ресурсах.

Содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту. Понятие и виды сбыта продукции. Основные этапы процесса сбыта продукции. Факторы, оказывающие влияние на сбыт. Планирования сбытовой деятельности. Планирование сбыта товара. Каналы сбыта. Портфель заказов.

Стимулирование сбыта продукции. Организация сервиса на предприятии.

Управление возвратными материальными потоками.

Тема 6.3. Оценка эффективности коммерческой деятельности организации

Цели и задачи анализа коммерческой деятельности организации. Требования к проведению анализа коммерческой деятельности. Методы и этапы анализа результатов коммерческой деятельности.

Система показателей, характеризующих коммерческую деятельность. Показатели оценки коммерческой работы организации: формирование и стимулирование спроса, ассортимент товаров и его формирование, закупки и реализация товаров, планирование товарного предложения и обеспечение товарами, эффективность обслуживания и др.

Использование результатов анализа и оценки коммерческой деятельности для разработки путей повышения ее эффективности.

ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ

Курсовая работа является формой промежуточной аттестации обучающихся по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция». Цель курсовой работы – более глубокое усвоение материала по учебной дисциплине «Коммерческая деятельность», развитие способности к исследовательской работе, применение полученных знаний для решения практических задач.

При написании курсовой работы студент должен показать умение логически и последовательно излагать материал, анализировать, обобщать и оценивать результаты проведенных исследований, делать выводы и разрабатывать конкретные предложения.

Курсовая работа должна быть выполнена на материалах конкретной организации. Данные должны охватывать актуальный период.

Курсовая работа должна содержать структурные элементы: введение; основную часть, раскрывающую теоретические аспекты проблемы; практическую часть, включающую организационно-экономическую характеристику организации, расчетно-аналитический раздел и обоснование и путей совершенствования по исследуемой проблеме; заключение; список использованных источников; приложения (при наличии).

В 1-й главе содержится понятие раскрываемого вопроса, содержание избранной темы. В ней студент представляет понимание проблемных вопросов различными авторами, подробно раскрывая и аргументируя свою позицию. В конце главы студент делает свой вывод о том, как им понимается данный вопрос или почему он разделяет мнение того или иного автора и не согласен с другими.

Во 2-й главе приводятся результаты анализа согласно предмету исследования. Рекомендуется использовать данные статистической и бухгалтерской отчетности организации, аналитические данные, результаты анализа внешней и внутренней среды организации, проведенных студентом самостоятельных исследований.

В 3-ей главе должны быть представлены конкретные предложения по выявлению резервов роста, повышению эффективности использования ресурсов, разработке мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности и т.п. согласно заявленной теме курсовой работы.

В соответствии с учебным планом специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» на выполнение курсовой работы предусмотрено 40 академических часов.

Примерный перечень тем курсовых работ

1. Совершенствование системы управления коммерческой деятельностью (субъекта торговли, субъекта общественного питания).
2. Совершенствование информационного обеспечения коммерческой деятельности организации.
3. Коммерческая информация и организация её защиты (на материалах субъектов оптовой и розничной торговли, общественного питания).
4. Организация работы коммерческого (торгового) отдела по изучению покупательского спроса и пути её совершенствования.
5. Организация изучения спроса населения в фирменном магазине и пути её совершенствования.
6. Формирование оптимального торгового ассортимента – основа эффективной коммерческой деятельности субъекта розничной (оптовой) торговли.
7. Ассортиментная политика и её влияние на эффективность коммерческой деятельности (на материалах субъекта розничной, оптовой торговли, субъекта общественного питания).
8. Современные подходы к формированию ассортимента товаров в розничной торговле (в оптовой торговле).
9. Управление ассортиментом товаров (продукции общественного питания) на основе категорийного подхода.
10. Коммерческая деятельность по формированию товарных запасов и оценка ее эффективности.
11. Коммерческая деятельность субъекта розничной (оптовой) торговли по закупкам товаров народного потребления и пути её совершенствования.
12. Планирование закупочной деятельности коммерческой организации.
13. Организация и проведение процедур государственных закупок товаров (работ, услуг) и пути повышения их эффективности.
14. Совершенствование организации и технологии закупок товаров на электронных аукционах.
15. Совершенствование организации и технологии закупок товаров на товарной бирже.
16. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров и пути её совершенствования.
17. Управление коммерческой деятельностью по организации оптовой продажи товаров.
18. Организация продажи товаров на оптовых ярмарках, её эффективность, пути совершенствования.
19. Коммерческая деятельность по сбыту и пути её активизации (на материалах предприятия).
20. Организация коммерческой деятельности при экспортно-импортных операциях и пути её улучшения.
21. Повышение эффективности системы управления продажами в организации.

22. Рекламные средства и эффективность их применения субъектом розничной (оптовой) торговли.

23. Планирование рекламной кампании и оценка эффективности её реализации.

24. Планирование и организация рекламных кампаний в сети Интернет.

25. Стимулирование в коммерческой деятельности: методы, средства, оценка их эффективности.

26. Средства стимулирования продаж в оптовой (розничной) торговле (общественном питании) и их эффективность.

27. Использование информационных технологий при управлении продажами.

28. Лизинг и эффективность его использования в коммерческой деятельности.

29. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности субъекта хозяйствования.

30. Повышение эффективности коммерческой деятельности субъекта оптовой (розничной) торговли.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 6-05-0413-01 «КОММЕРЦИЯ»**

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний	
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы					
						лекции	практические занятия	семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
6 семестр											
1	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле										
Тема 1.1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления	2								[1], [2], [11], [16], [20], [22]	
	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления			2						[1], [2], [11], [16], [20], [22]	Опрос, реферат
Тема 1.2	Содержание коммерческой деятельности	6								[1], [2], [11], [12], [16], [22]	
	Содержание коммерческой деятельности		4							[1], [2], [11], [12], [16], [22]	Опрос, реферат
Тема 1.3	Коммерческая информация и ее защита	4								[3], [7], [8], [24]	
	Коммерческая информация и ее защита		4							[3], [7], [8], [24]	Контрольная работа № 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций									
Тема 2.1	Договорная работа в коммерческой деятельности	4							[1], [5], [15], [22]	
	Договорная работа в коммерческой деятельности		4						[1], [5], [15], [22]	Опрос, реферат
Тема 2.2	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	6							[1], [5], [15], [22]	
	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности		2						[1], [5], [15], [22]	Опрос
	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности			4					[1], [5], [15], [22]	Опрос. Контрольная работа № 2
3	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров									
Тема 3.1	Организация изучения покупательского спроса	6							[2], [3], [4]	
	Организация изучения покупательского спроса		4						[2], [3], [4], [16]	Опрос, решение задач, анализ практических ситуаций
Тема 3.2	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	6							[3], [4], [5], [22], [23]	
	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров		2						[3], [4], [5], [22], [23]	Опрос, анализ практических ситуаций
	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров			2					[3], [4], [5], [22], [23]	Опрос, решение задач. Контрольная работа № 3
	Лабораторное занятие 1. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров				4				[3], [4], [5], [22], [23]	Отчет о выполнении задания
Итого 6 семестр		34	20	8	4					Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7 семестр										
4	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
Тема 4.1	Формирование ассортимента товаров	4							[8], [16], [17], [21]	
	Формирование ассортимента товаров		2						[8], [16], [17], [21]	Опрос, реферат
	Формирование ассортимента товаров			2					[8], [16], [17], [21]	Анализ ситуаций
	Лабораторное занятие 2. Формирование ассортимента товаров				2				[8], [16], [17], [21]	Отчет о выполнении задания
Тема 4.2	Управление ассортиментом товаров	6							[8], [16], [17], [21]	
	Управление ассортиментом товаров		4						[8], [16], [17], [21]	Анализ ситуаций. Контрольная работа № 4
	Лабораторное занятие 3. Управление ассортиментом товаров				4				[8], [16], [17], [21]	Отчет о выполнении задания
5	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
Тема 5.1	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	8							[11], [17], [18], [19], [22], [27]	
	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров		2						[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Опрос, анализ практических ситуаций
	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров			2					[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Экспресс-опрос, реферат
	Лабораторное занятие 4. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров				2				[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Отчет о выполнении задания

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 5.2	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	8							[6], [10], [13], [19], [25], [26]	
	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж		4						[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Опрос, решение задач. Контрольная работа № 5
	Лабораторное занятие 5. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж				4				[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Отчет о выполнении задания
6	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
Тема 6.1	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	4							[8], [13], [14]	
	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях		2						[8], [13], [14]	Опрос, анализ практических ситуаций
Тема 6.2	Коммерческая деятельность производителя	6							[1], [2], [4], [9]	
	Коммерческая деятельность производителя		2						[1], [2], [4], [9]	Решение задач, анализ ситуаций
	Коммерческая деятельность производителя			2					[1], [2], [4], [9]	Опрос, реферат
Тема 6.3	Эффективность коммерческой деятельности	4							[1], [2], [4], [9]	
	Эффективность коммерческой деятельности		4						[1], [2], [4], [9]	Экспресс-опрос. Контрольная работа № 6
Итого 7 семестр		40	20	6	12					Экзамен
Всего часов		74	40	14	16					

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
 ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 6-05-0413-01 «КОММЕРЦИЯ»
 Заочная форма получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле						
Тема 1.2	Содержание коммерческой деятельности	2				[1], [2], [4], [6], [11]	
Тема 1.3	Коммерческая информация и ее защита		2			[1], [2], [4], [6], [11]	Экспресс-опрос, дискуссия
2	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций						
Тема 2.1	Договорная работа в коммерческой деятельности	2				[1], [5], [15], [22]	
Тема 2.2	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	2				[1], [5], [15], [22]	
3	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров						
Тема 3.1	Организация изучения покупательского спроса	2					
	Организация изучения покупательского спроса		2				Экспресс-опрос, решение задач, анализ ситуаций
Тема 3.2	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	2					
	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров		2				Решение задач, решение ситуаций
Итого 8 сессия		10	6				Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8
4	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации						
Тема 4.1	Формирование ассортимента товаров		2			[8], [16], [17], [21]	Опрос, решение задач, анализ ситуаций
Тема 4.2	Управление ассортиментом товаров	2				[8], [16], [17], [21]	
	Лабораторное занятие 1. Управление ассортиментом товаров				2	[8], [16], [17], [21]	Отчет о выполнении задания
5	Раздел 5. Оптовая продажа товаров						
Тема 5.1	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров			2		[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Решение задач
Тема 5.2	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	2				[6], [10], [13], [19], [25], [26]	
	Лабораторное занятие 2. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж				2	[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Отчет о выполнении задания
6	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности						
Тема 6.2	Коммерческая деятельность производителя	2					
Тема 6.3	Эффективность коммерческой деятельности			2			Опрос
Итого 9 сессия		6	2	4	4		Экзамен
Всего часов		16	8	4	4		

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
 ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 6-05-0413-01 «КОММЕРЦИЯ»
 Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле						
Тема 1.2	Содержание коммерческой деятельности	2				[1], [2], [4], [6], [11]	
Тема 1.3	Коммерческая информация и ее защита		2			[1], [2], [4], [6], [11]	Экспресс-опрос, дискуссия
2	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций						
Тема 2.1	Договорная работа в коммерческой деятельности	2				[1], [5], [15], [22]	
	Договорная работа в коммерческой деятельности		2			[1], [5], [15], [22]	Опрос, дискуссия
Тема 2.2	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	2				[1], [5], [15], [22]	
3	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров						
Тема 3.1	Организация изучения покупательского спроса	2				[2], [3], [4], [16]	
Тема 3.2	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	2				[3], [4], [5], [22], [23]	
	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров		2			[3], [4], [5], [22], [23]	Решение задач, решение практических ситуаций
Итого 5 сессия		10	6				Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8
4	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации						
Тема 4.1	Лабораторное занятие 1. Формирование ассортимента товаров				2	[8], [16], [17], [21]	Отчет
Тема 4.2	Управление ассортиментом товаров	2				[8], [16], [17], [21]	
5	Раздел 5. Оптовая продажа товаров						
Тема 5.1	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров		2			[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Опрос, решение практических ситуаций
Тема 5.2	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	2				[6], [10], [13], [19], [25], [26]	
	Лабораторное занятие 2. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж				2	[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Отчет
6	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности						
Тема 6.2	Коммерческая деятельность производителя	2				[1], [2], [4], [9]	
Тема 6.3	Эффективность коммерческой деятельности			2		[1], [2], [4], [9]	
Итого 6 сессия		6	2	2	4		Экзамен
Всего часов		16	8	2	4		

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 6-05-0413-01 «ТОВАРОВЕДЕНИЕ»
Дневная форма получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний	
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы					
						лекции	практические занятия	семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
4 семестр											
1	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле										
Тема 1.1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления	2								[1], [2], [11], [16], [20], [22]	
	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления			2						[1], [2], [11], [16], [20], [22]	Опрос, реферат
Тема 1.2	Содержание коммерческой деятельности	2								[1], [2], [11], [12], [16], [22]	
	Содержание коммерческой деятельности		2							[1], [2], [11], [12], [16], [22]	Экспресс-опрос, дискуссия, реферат
Тема 1.3	Коммерческая информация и ее защита	2								[3], [7], [8], [24]	
	Коммерческая информация и ее защита		2							[3], [7], [8], [24]	Опрос. Контрольная работа № 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций									
Тема 2.1	Договорная работа в коммерческой деятельности	4							[1], [5], [15], [22]	
	Договорная работа в коммерческой деятельности		2						[1], [5], [15], [22]	Анализ ситуаций, выполнение заданий
	Договорная работа в коммерческой деятельности			2					[1], [5], [15], [22]	Экспресс-опрос, Реферат, дискуссия
Тема 2.2	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	4							[1], [5], [15], [22]	
	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности			2					[1], [5], [15], [22]	Опрос. Контрольная работа № 2
3	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров									
Тема 3.1	Организация изучения покупательского спроса	4							[2], [3], [4], [16]	
	Организация изучения покупательского спроса		2						[2], [3], [4], [16]	Решение задач, практических ситуаций
	Лабораторное занятие 1. Организация изучения покупательского спроса				4				[2], [3], [4], [16]	Отчет о выполнении задания
Тема 3.2	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	4							[3], [4], [5], [22], [23]	
	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров		2						[3], [4], [5], [22], [23]	Экспресс-опрос, решение задач, практических ситуаций
	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров			2					[3], [4], [5], [22], [23]	Экспресс-опрос. Контрольная работа № 3
Итого 4 семестр		22	10	8	4					Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5 семестр										
4	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
Тема 4.1	Формирование ассортимента товаров	4							[8], [16], [17], [21]	
	Лабораторное занятие 2. Формирование ассортимента товаров				4				[8], [16], [17], [21]	Отчет о выполнении задания
	Управление ассортиментом товаров	4							[8], [16], [17], [21]	
	Управление ассортиментом товаров		2						[8], [16], [17], [21]	Решение задач Контрольная работа № 4
5	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
Тема 5.1	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	4							[11], [17], [18], [19], [22], [27]	
	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров		2						[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Опрос, решение задач, ситуаций
	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров			2					[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Экспресс-опрос, реферат
	Лабораторное занятие 3. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров				4				[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Отчет о выполнении заданий
Тема 5.2	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	4							[6], [10], [13], [19], [25], [26]	
	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж		2						[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Опрос, решение задач. Контрольная работа № 5
	Лабораторное занятие 4. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж				4				[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Отчет о выполнении заданий

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
6	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
Тема 6.2	Коммерческая деятельность производителя	4							[1], [2], [4], [9]	
	Коммерческая деятельность производителя		2						[1], [2], [4], [9]	Решение задач, анализ практических ситуаций
Тема 6.3	Эффективность коммерческой деятельности	2							[1], [2], [4], [9]	
	Эффективность коммерческой деятельности		2						[1], [2], [4], [9]	Опрос, реферат, решение задач
	Эффективность коммерческой деятельности			2					[1], [2], [4], [9]	Экспресс-опрос. Контрольная работа № 6
Итого 5 семестр		22	10	4	12					Экзамен
Всего часов		44	20	12	16					

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
 ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 6-05-0413-01 «ТОВАРОВЕДЕНИЕ»
 Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле						
Тема 1.2	Содержание коммерческой деятельности	2				[1], [2], [4], [6], [11]	
Тема 1.3	Коммерческая информация и ее защита	2				[1], [2], [4], [6], [11]	
Итого 3 сессия		4					
2	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций						
Тема 2.1	Договорная работа в коммерческой деятельности	2				[1], [5], [15], [22]	
Тема 2.2	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	2				[1], [5], [15], [22]	
3	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров						
Тема 3.1	Лабораторное занятие 1. Организация изучения покупательского спроса				2	[2], [3], [4], [16]	Отчет о выполнении задания
Тема 3.2	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров		2			[3], [4], [5], [22], [23]	Экспресс-опрос, решение задач, практических ситуаций
Итого 4 сессия		4	2		2		Зачет

1	2	3	4	5	6	7	8
4	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации						
Тема 4.1	Формирование ассортимента товаров		2			[8], [16], [17], [21]	Решение практических ситуаций
Тема 4.2	Управление ассортиментом товаров	2				[8], [16], [17]	
5	Раздел 5. Оптовая продажа товаров						
Тема 5.1	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров			2		[11], [17], [18], [19], [22], [27]	Опрос, решение задач
Тема 5.2	Лабораторное занятие 1. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж				2	[6], [10], [13], [19], [25], [26]	Отчет о выполнении задания
Итого 5 сессия		2	2	2	2		Экзамен
Всего часов		10	4	2	4		

*С.В. Д. Мещерякова
Завед. кафедр. МБД и маркетинга*

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. – 7-е изд. – М.: Дашков и К°, 2023. – 266 с.
2. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность: учебник / Г. Г. Иванов, Е. С. Холин. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. – 384 с.
3. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность: учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов; под ред. Л. П. Дашкова. – 3-е изд. – М.: Дашков и К°, 2023. – 286 с.
4. Денисова, Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: учебное пособие / Н. И. Денисова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. – 480 с.

Дополнительная:

5. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф. П. Половцева. – М.: Инфра-М, 2019. – 416 с.
6. Борисов, Е. Ф. Коммерческая деятельность: учебник для студентов вузов по направлению и спец. «Экономика в торговле» / Е. Ф. Борисов. – М.: Юристъ, 2019. – 568 с.
7. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность: учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов; под ред. Л. П. Дашкова. – 3-е изд. – М.: Дашков и К°, 2023. – 286 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696966> (дата обращения: 03.05.2024). – ISBN 978-5-394-05388-7. – Текст: электронный.
8. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле: учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; под ред. Л. П. Дашкова; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 7-е изд. – М.: Дашков и К°, 2022. – 396 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697332> (дата обращения: 03.05.2024). – ISBN 978-5-394-04950-7. – Текст: электронный.
9. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. – 13-е изд. – М.: Дашков и К°, 2017. – 500 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590> (дата обращения: 03.05.2024). – ISBN 978-5-394-01418-5. – Текст: электронный.
10. Бочаров, В. В. Организация коммерческой деятельности / В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2019. – 408 с.
11. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2017 – 307 с.
12. Карпеко, О. И. Управление рекламной деятельностью: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям «Маркетинг», «Производство экспозиционно-рекламных товаров» / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2014. – 346 с.

13. Поляков, В. А. Рекламный менеджмент: учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС : НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 352 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2142266> (дата обращения: 03.05.2024). – Режим доступа: по подписке.

14. Коммерческая деятельность: учебное пособие ; под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 253 с.

15. Коммерция в цифровой экономике: пособие для реализации содержания образовательных программ углубленного высшего образования / Белкоопсоюз, Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» [авторы-составители: О. Г. Бондаренко, С. П. Гурская]. – Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2023. – 139 с. – Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/6072> (дата доступа: 03.05.2024).

16. Флерко, С. Л. Коммерческая деятельность: практикум / С. Л. Флерко. – Минск: Мисанта, 2013. – 116 с.

17. Мещерякова, А. И. Управление товарным ассортиментом торговой компании : монография / А. И. Мещерякова. – М.: Маркет ДС, 2017. – 76 с.

18. Назаров, А. Управление продажами: как построить систему продаж, которая реально работает / А. Назаров, О. Будовская. – СПб. [и др.]: Питер, 2017. – 379 с.

Нормативные правовые акты:

19. О защите прав потребителей : Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 г., № 90-З ; с измен. и доп. Закона Республики Беларусь от 6 января 2024 г. № 353-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravot.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>. – Дата доступа: 20.01.2024.

20. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : Закон Республики Беларусь, 8 января 2014 г., № 128-З ; с измен. и доп. Закона Республики Беларусь от 4 января 2021 г. № 81-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>. – Дата доступа: 20.01.2024.

21. О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, 22 июля 2014 г., № 703 : постановление Совета Министров Республики Беларусь ; с изм. и доп. постановления Совета Министров Республики Беларусь от 10 мая 2023 г., № 301 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21400703>. – Дата доступа: 20.01.2024.

22. Гражданский кодекс Республики Беларусь : Кодекс Республики Беларусь, 7 декабря 1998 г., № 218-З : с изм. и доп. Закона Республики

Беларусь от 5 января 2024 г. № 344-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218>. – Дата доступа: 20.01.2024.

23. О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г., № 419-3 : с изм. и доп. Закона Республики Беларусь от 31 января 2024 г., № 354-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11200419>. – Дата доступа: 20.01.2024.

24. О коммерческой тайне: Закон Республики Беларусь, 5 янв. 2013 г., № 16-3 : с изм. и доп. Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 132-3. – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=N11300016> – Дата доступа: 20.01.2024.

25. О рекламе: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 : с изм. и доп. Закона Республики Беларусь от 6 января 2024 г. № 353-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225>. – Дата доступа : 20.01.2024.

26. О внесении изменений в некоторые Законы Республики Беларусь по вопросам рекламы: Закон Республики Беларусь, 6 января 2024 г., № 353-3. – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2024, 2/3073 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=N12400353>. – Дата доступа: 20.01.2024.

27. О товарных биржах: Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2009 г., № 10-3 : с изм. и доп. : в ред. Закона Республики Беларусь от 8 июля 2015 г. № 284-3 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=h10900010>. – Дата доступа: 20.01.2024.

Перечень вопросов для проведения экзамена

1. Товарный ассортимент и его классификация. Свойства и показатели ассортимента товара.
2. Ассортиментная политика торговой организации. Порядок (этапы) разработки ассортиментной политики организации.
3. Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров организации.
4. Формирование ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Основные направления формирования товарного ассортимента.
5. Управление ассортиментом товаров в организациях торговли: понятие, сущность, цель.
6. Управление товарными запасами: значение, основные элементы и их характеристика. Использование категорийного менеджмента в деятельности торговых организаций.
7. Понятие и сущность оптовой продажи товаров. Планирование оптовых продаж.
8. Типы посредников и их характеристика. Виды договоров, заключаемых с посредниками.
9. Формы и методы оптовой продажи товаров: сущность, условия, целесообразность и эффективность применения.
10. Услуги, оказываемые оптовым покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций.
11. Коммерческое предложение в оптовой торговле и порядок его составления.
12. Понятие, сущность и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели, функции рекламы.
13. Характеристика видов и средств рекламы и информации, используемых организациями торговли.
14. Организация рекламно-информационной деятельности в организациях торговли.
15. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к медиаплану, порядок его разработки, содержание. Корпоративный план рекламы.
16. Эффективность рекламы.
17. Стимулирование продаж. Виды стимулирования продаж.
18. Сущность, содержание и особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций.
19. Способы установления делового партнерства для совершения внешнеторговой сделки.
20. Техника оформления внешнеторговых операций.
21. Организация таможенных операций. Порядок таможенного оформления грузов.
22. Организационная структура управления коммерческой деятельностью

промышленного предприятия.

23. Коммерческие службы предприятия: структура и функции. Задачи и функции в материально-техническом снабжении. Задачи и функции отдела сбыта.

24. Основные элементы текущего планирования коммерческой деятельности организации: изучение рынка сырья и материалов, разработка стратегии снабжения.

25. Закупочная деятельность организации. Методы закупок. Процесс принятия решения о закупках.

26. Содержание и функции коммерческой деятельности по сбыту. Понятие и виды сбыта продукции.

27. Требования к проведению анализа коммерческой деятельности.

28. Методы и этапы анализа результатов коммерческой деятельности.

29. Система показателей, характеризующих коммерческую деятельность.

30. Использование результатов анализа и оценки коммерческой деятельности для разработки путей повышения ее эффективности.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Понятие и цель коммерческой деятельности, ее принципы и функции.
2. Основные направления коммерческой деятельности. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.
3. Основные элементы коммерческой деятельности.
4. Факторы, оказывающие влияние влияющие на состояние рынка товаров и услуг.
5. Понятие, содержание и источники предпринимательского риска. Классификация предпринимательских рисков.
6. Управление предпринимательскими рисками.
7. Понятие и назначение коммерческой информации и источники ее получения. Основные группы коммерческой информации.
8. Конъюнктурный обзор рынка и порядок его составления.
9. Коммерческая тайна и ее содержание.
10. Понятие и сущность хозяйственных связей организаций по поставкам товаров. Содержание и классификация хозяйственных связей.
11. Понятие коммерческой сделки и ее основное содержание.
12. Виды сделок, совершаемые в коммерческой деятельности организаций.
13. Основные этапы проведения сделки.
14. Понятие хозяйственного договора. Порядок заключения и исполнения договора.
15. Виды хозяйственных договоров, используемых в коммерческой деятельности торговых организаций.
16. Структура и содержание договора купли-продажи товаров.
17. Содержание договора поставки. Использование типовых договоров поставки товаров в деятельности торговых организаций. Документация,

оформляющая исполнение договора поставки.

18. Особенности договоров поставки товаров для государственных нужд.

19. Договорная работа и ее содержание. Анализ и оценка выполнения договорных обязательств.

20. Партнерские связи в коммерческой деятельности

21. Сущность, предмет и субъект лизинга. Правовое регулирование лизинга в Республике Беларусь. Функции и виды лизинга.

22. Факторинг в коммерческой деятельности организации. Виды факторинга и типы факторинговых отношений.

23. Франчайзинг: понятие, основные его черты. Схема взаимодействия франчайзера и франчайзи.

24. Понятие покупательского спроса. Содержание процесса изучения покупательского спроса.

25. Виды покупательского спроса. Методы изучения спроса.

26. Сущность, значение и принципы оптовых закупок товаров.

Содержание процесса оптовых закупок товаров.

27. Источники закупок и поставок товаров. Факторы, оказывающие влияние на выбор источника снабжения.

28. Процесс выбора поставщиков товара.

29. Планирование и определение объема закупок в организациях торговли.

30. Порядок проведения и формы оптовых закупок товаров. Учет и контроль оптовых закупок.

Перечень лабораторных занятий

1. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров.
2. Формирование ассортимента товаров.
3. Управление ассортиментом товаров.
4. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров.
5. Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж.

Перечень компьютерных программ, наглядных и других пособий, методических указаний и материалов, технических средств обучения, оборудования для выполнения лабораторных работ

1. Персональный компьютер.
2. ПО "LS Fusion".

Перечень тем рефератов

1. Использование передового отечественного и зарубежного опыта в организации коммерческой деятельности.
2. Управление коммерческой деятельностью производственного предприятия.
3. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
4. Организационная структура коммерческой службы розничных торговых организаций.
5. Состав и оценка рисков коммерческой деятельности торговых организаций.
6. Ассортиментная политика как основа коммерческой деятельности организаций розничной торговли.
7. Планирование ассортимента товаров (на материалах объекта розничной торговли).
8. Жизненный цикл товаров (на примере конкретного вида товаров).
9. Жизненный цикл модных товаров (на примере конкретного вида товара).
10. Значение закупочной деятельности в функционировании торговых организаций.
11. Планирование и организация закупочной деятельности в организациях розничной (оптовой) торговли.
12. Виды хозяйственных договоров и особенности их заключения.
13. Типичные ошибки, встречающиеся в договорах поставки.
14. Принципы и методы продажи потребительских товаров.
15. Франчайзинг как форма поддержки малого предпринимательства.
16. Лизинг как одна из современных форм сбыта продукции
17. Технология складского товародвижения в оптовых торговых организациях.
18. Планирование сбыта продукции производственных организаций
19. Современные средства стимулирования сбыта и перспективы его развития.
20. Имидж торговой организации.
21. Фирменный стиль продажи товаров.
22. Профессиональная этика и этикет, их проявление в процессе обслуживания покупателей.
23. Послепродажное обслуживание.
24. Средства обеспечения безопасности коммерческой деятельности торговой организации на рынке потребительских товаров.
25. Планирование сбыта продукции в хозяйственных предприятиях. Лизинг как одна из современных форм сбыта продукции.
26. Характеристика элементов рекламы (слоган, текст, световое оформление)
27. Эффективность рекламы и методы ее определения.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» отводится 152 часа.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» отводится 264 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» отводится 266 часов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» отводится 96 часов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования на базе ССО по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» отводится 168 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных заданий в аудитории во время проведения практических занятий и лабораторных занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- выполнение типовых расчетов, индивидуальных заданий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к практическим, лабораторным и семинарским занятиям, в том числе подготовка информационных и демонстративных материалов, рефератов и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам выполнения лабораторных работ, практических работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- подготовку к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;

реферат;
опрос;
экспресс-опрос;
анализ практических ситуаций;
отчет;
выполнение индивидуальных заданий;
решение задач;
дискуссия.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета, защиты курсовой работы, экзамена.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

Отметка по учебной дисциплине выставляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ. Итоговая отметка по учебной дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на зачете на соответствующие весовые коэффициенты. Значения весовых коэффициентов по учебной дисциплине составляют: для текущего контроля – 0,4; для зачета (экзамена) – 0,6.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Финансовая политика в торговле	Кафедра экономики торговли и услуг	Замечаний и предложений нет 	
Товарная экспертиза	Кафедра товароведения и экспертизы товаров	Замечаний и предложений нет 	