

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

  
\_\_\_\_\_ В.Н.Шимов

“ ” \_\_\_\_\_ 2015 г.

Регистрационный № УД 1871-15 /уч.

## КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-25 01 14 «Товароведение и предпринимательская деятельность»

**Учебная программа составлена на основе** типовой учебной программы «Коммерческая деятельность» для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», утвержденной Министерством образования Республики Беларусь \_\_\_\_\_

**СОСТАВИТЕЛИ:**

*Платонов В.Н.*, профессор кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор;  
*Флерко С.Л.*, доцент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;  
*Климченя Л.С.*, заведующий кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 9 от 9.04. 2015 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 5 от 24.06. 2015 г.)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 01 14 «Товароведение и предпринимательская деятельность».

Коммерческая деятельность является неотъемлемым условием функционирования хозяйствующих субъектов различных отраслей народного хозяйства на рынке товаров и услуг. В современных условиях содержание коммерческой деятельности претерпело существенные изменения, связанные с поиском, выбором, продвижением товаров и услуг к потребителю, обеспечивая при этом удовлетворение требований рынка и эффективную работу организаций и предприятий.

В условиях рыночной экономики организации, ведущие коммерческую деятельность, должны изучать состояние рынка, поведенческое настроение покупателей и их отношение к товарам, услугам, уровню обслуживания.

Возросшая роль коммерческой деятельности требует от специалистов коммерсантов глубокого понимания сущности, содержания и современных подходов к ее организации.

Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность» является одним из основных разделов учения о торговле.

**Цель** преподавания учебной дисциплины – формирование профессиональных знаний в области коммерческой деятельности, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения при организации торговых и технологических процессов с целью наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов торговой организации.

**Задачи** учебной дисциплины:

– обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам коммерческой деятельности торговых организаций и развить у них

соответствующее мышление, позволяющее принимать самостоятельные решения;

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

- привить студентам практические навыки и умения использования отраслевых технологий в коммерческой деятельности торговых организаций с целью принятия эффективных управленческих решений.

**Выпускник должен обладать следующими академическими компетенциями:**

- АК-1 уметь применять базовые теоретические знания в практической деятельности;

- АК-2 владеть системным и сравнительным анализом;

- АК-3 владеть исследовательскими навыками;

- АК-4 уметь работать самостоятельно;

- АК-5 обладать креативностью;

- АК-6 владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;

- АК-7 иметь навыки работы с использованием современных технологий;

- АК-8 обладать навыками устной и письменной коммуникации;

- АК-9 уметь учиться повышать свою квалификацию в течении всей жизни.

**Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями по видам деятельности, быть способным:**

- ПК-8 Прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

- ПК-11 Выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение.

– ПК-10 Разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента и повышения эффективности деятельности предприятия.

– ПК-13 Участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем и изыскивать оптимальные логистические системы.

– ПК-14 Осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии,

– ПК-15 Осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продаж согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии.

– ПК-16 Знать функциональные возможности и иметь навыки эксплуатации торгово-технологического оборудования, организовывать его метрологический контроль.

– ПК-17 Анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии развития организации.

– ПК-18 Прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

– ПК-19 Знать и применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и продвижении товаров.

– ПК-20 Иметь системное представление об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров.

– ПК-21 Осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью.

– ПК-22 Работать с информационными базами данных, обеспечивающими оперативный торговый, складской и производственный учет товаров.

– ПК-23 Находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях.

В результате изучения дисциплины обучаемый 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;
- информационно-рекламную деятельность;
- законодательство, регулирующее коммерческую деятельность.

**уметь:**

- на основе анализа рынка прогнозировать потребности населения в товарах народного потребления;

- применить методы изучения покупательского спроса населения на товары народного потребления;

- создавать банк коммерческой информации;
- составлять конъюнктурные обзоры;
- управлять ассортиментом товаров в организациях;

- устанавливать деловые связи с поставщиками, разрабатывать и заключать контракты и договора на поставку товаров;

- управлять коммерческими процессами.

**владеть:**

– базовыми научно-теоретическими знаниями для решения практических задач;

- приемами и способами сбора и обработки данных;
- способами оценки рыночной конъюнктуры и направлений ее развития;
- решения хозяйственных задач, возникающих в торговых организациях;
- системными знаниями и умениями для решения междисциплинарных задач и проблем.

Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций, проведение семинарских и практических занятий, в том числе практических занятий на базе торговых организаций.

Учебным планом по специальности 1-25 01 14 «Товароведение и предпринимательская деятельность» предусмотрено всего 98 часов, из них аудиторных 54 часа, в том числе лекции — 28 часов, практические занятия — 26 часов.

Рекомендуемые формы контроля знаний студентов - зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### Тема 1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

Понятие и цель коммерческой деятельности. Краткая история развития коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в условиях формирования рыночной экономики.

Необходимые условия коммерческой деятельности: рынок и собственность.

Сущность, принципы и функции коммерческой деятельности. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях.

Коммерческая служба организации: структура, функции, взаимосвязь с другими подразделениями.

Роль и задачи специалистов коммерческих служб в улучшении качества товаров, обновлении их ассортимента, повышении культуры обслуживания покупателей. Требования к коммерческому работнику: личностные, профессиональные.

Факторы, влияющие на результаты коммерческой деятельности.

Использование передового отечественного и зарубежного опыта в повышении эффективности коммерческой деятельности.

Учебная дисциплина "Коммерческая деятельность", ее роль и место в подготовке специалистов отрасли, связь с другими предметами: «Организация и технология торговли», «Экономика торговли», «Товароведение», «Менеджмент в торговле».

Субъекты, объекты и организационно-правовые формы коммерческой деятельности.

Участники (субъекты) коммерческой деятельности: физические и юридические лица. Коммерческие и некоммерческие организации. Их классификация и виды.

Объекты коммерческой деятельности, их виды.

Организационно-правовые формы участников коммерческой деятель-



ности: полное товарищество, товарищество на вере (коммандитное), ООО, ОДО, АО, дочерние и зависимые общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Государственное регулирование коммерческой деятельности.

## **Тема 2. Содержание коммерческой деятельности**

Место коммерческой деятельности во внешней среде. Объекты, субъекты, базис, инфраструктура коммерческой деятельности и их характеристика.

Основные элементы коммерческой деятельности: исследование рынка; изучение покупательского спроса; определение потребности в товарах; формирование конкурентоспособного ассортимента; управление товарными запасами; закупочная и договорная работа; рекламно-информационная деятельность. Взаимосвязь между элементами коммерческой деятельности и внешней средой. Общая структура коммерческой деятельности.

Факторы, влияющие на состояние рынка товаров и услуг: демографические, экономические, природно-климатические, бытовой и потребительской культуры, научно-технические, политико-правовые, социального настроения в обществе и другие, их характеристика.

Формирование коммерческой стратегии организации. Система управления коммерческой деятельностью.

Коммерческая деятельность и успех торговых организаций.

## **Тема 3. Коммерческая информация и ее защита**

Понятие и назначение коммерческой информации и источники ее получения.

Мероприятия по защите коммерческой информации.

Коммерческая тайна и ее содержание. Законодательство по регулированию отношений, связанных с коммерческой тайной.

Информация, которая не может составлять коммерческую тайну.

Обеспечение защиты коммерческой тайны и ответственность за ее разглашение.

Информационные и товарные знаки: их виды, классификация и роль в коммерческой деятельности.

Порядок регистрации, передачи и прекращение правовой охраны товарных знаков.

#### **Тема 4. Организация хозяйственных связей**

Понятие и сущность хозяйственных связей организаций по поставкам товаров. Простая и сложная структуры хозяйственных связей, их характеристика, экономическая целесообразность применения. Классификация хозяйственных связей по срокам действия, составу участников и др. Предмет и субъекты хозяйственных связей.

Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Закон Республики Беларусь "О государственных закупках товаров, работ, услуг", Положение о поставках товаров в Республике Беларусь и др.

Виды хозяйственных договоров. Договор купли-продажи и его роль в условиях рыночных отношений. Содержание договора поставки, характеристика его разделов, порядок заключения, изменения и расторжения. Особенности договоров поставки товаров для государственных нужд.

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

Учет и контроль договорных обязательств. Использование ПЭВМ при организации учета и контроля договорных обязательств. Имущественная ответственность и санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договоров.

Формы и методы расчетов в коммерческой деятельности. Организация наличных расчетов. Безналичные расчеты: их виды и содержание.

Порядок открытия счетов в банке.

Расчеты в иностранной валюте.

#### **Тема 5. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров**

Понятие оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Роль автоматизированных систем управления товарными запасами в организации закупок товаров.

Виды оптовых закупок товаров. 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. Роль местных источников закупок товаров и задачи коммерческих служб по их изучению и вовлечению в товарооборот. Место и роль закупок товаров за рубежом.

Поставщики товаров, их классификация, характеристика, роль в формировании конкурентоспособного ассортимента, выбор поставщиков.

Формы оптовых закупок. Закупки товаров у поставщиков - изготовителей. Закупки товаров на оптовых ярмарках и выставках: понятия, виды, классификация; цели, задачи и порядок проведения; организационная структура. Нормативные акты, регламентирующие выставочную и ярмарочную деятельность на территории Республики Беларусь и за рубежом.

Организация закупки товаров на товарных биржах, аукционах, конкурсных торгах. Их сущность, характеристика, цели, организация коммерческих операций, документальное оформление сделок купли-продажи.

Организация учета и контроля оптовых закупок товаров народного потребления. Ответственность поставщиков и покупателей за нарушение условий договора контракта.

Пути совершенствования закупочной деятельности организаций торговли.

## **Тема 6. 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 хозяйствен-

ных связей с покупателями товаров, выбор форм и методов оптовой продажи, оказание услуг розничной торговле. Организация учета и контроля за выполнением договоров с оптовыми покупателями товаров.

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, коммивояжеров) и магазины-склады, путем выполнения посылочных операций.

Стимулирование продаж. Услуги оптовым покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовым покупателям, и их характеристика: технологические, коммерческие, организационные, финансовые, по накоплению и хранению товаров, товароснабжению. Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле Республики Беларусь.

## **Тема 7. Коммерческая деятельность по розничной продаже**

Содержание коммерческой деятельности по розничной продаже товаров.

Правовое регулирование розничной продажи (договор розничной купли-продажи).

Формы и методы розничной продажи.

Неценовые средства стимулирования розничной продажи.

Ценовые средства стимулирования продаж.

Услуги и сервис в розничной торговле, их роль в коммерческой деятельности.

Оценка эффективности коммерческой деятельности.

## **Тема 8. Организация изучения покупательского спроса**

Задачи и цели изучения потребностей населения. Понятие покупатель-

ского спроса. Макро- и микроспрос. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач. Содержание процесса изучения покупательского спроса. Факторы, влияющие на покупательский спрос, и их характеристика.

Виды покупательского спроса и их характеристика: удовлетворенный (реализованный), неудовлетворенный, формирующийся. Классификация покупательского спроса в зависимости от характера возникновения потребности в покупке, степени повторяемости, частоты предъявления и др.

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

Методы изучения реализованного, неудовлетворенного и формирующегося спроса. Особенности изучения спроса оптовых покупателей.

Виды прогнозов и методов прогнозирования покупательского спроса. Конъюнктура рынка: понятие, задачи, цели ее изучения. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Использование результатов изучения спроса и конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности. Составление конъюнктурных обзоров.

Организация работы по изучению и прогнозированию покупательского спроса и конъюнктура рынка.

## **Тема 9. Формирование ассортимента товаров**

Понятие и виды ассортимента товаров. Признаки классификации товаров. Показатели, характеризующие торговый ассортимент товаров. Политика государства по насыщению рынка товарами отечественного производства. 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, характеристика.

Формирование ассортимента товаров в организациях розничной тор-

говли. Принципы формирования ассортимента объекта торговли и их характеристика. Содержание, процесс формирования ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Особенности формирования торгового ассортимента в магазинах различных типов и специализаций, объектах мелко-розничной 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.

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

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. Роль ABC- и XYZ - анализа в принятии управленческих решений об оптимизации ассортимента и товарных запасов торговой организации.

## **Тема 10. Рекламно-информационная деятельность организации**

Понятие, сущность и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели, функции и принципы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности: Международный кодекс рекламы. Закон Республики Беларусь «О рекламе», Положение «О порядке размещения, распространения на территории Республики Беларусь наружной рекламы и ее средств, рекламы на автомобильных транспортных средствах, трамваях, троллейбусах» и другие. Состояние и пути развития рекламы в Республике Беларусь. Службы, занимающиеся рекламой, и организация работы с ними. Тенденции развития рекламно-информационной деятельности в странах с

развитой рыночной экономикой.

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 плану, порядок его разработки, содержание.

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.

## **Тема 11. Коммерческий риск и способы его уменьшения**

Понятие и классификация коммерческих рисков. Основные факторы, влияющие на коммерческий риск.

Пути снижения коммерческого риска.

Риск – материальная основа страхования.

Сущность страхования и формы организации страховых фондов. Классификация видов и систем страхования.

Организация страхования имущества, товаров, транспортных средств.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(дневная форма получения высшего образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские Занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	<b>РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>							
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг	2	2			[14], [15], [17]		
2	Содержание коммерческой деятельности	2	2			[15], [18]		
3	Коммерческая информация и ее защита	2	2			[3], [18]		Контрольная работа № 1
	<b>РАЗДЕЛ 2. ОПТОВЫЕ ЗАКУПКИ И ПРОДАЖА ТОВАРОВ</b>							
4	Организация хозяйственных связей и договорной работы	4	2			[4], [5], [15],		
5	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	4	4			[6], [7], [8]		
6	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	2	2			[9], [10]		
7	Коммерческая деятельность по розничной продаже	4	4			[24], [26]		Контрольная работа № 2
	<b>РАЗДЕЛ 3 ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА</b>							
8	Организация изучения покупательского спроса	2	2			[15], [21]		



9	Формирование ассортимента товаров	2	2			[2], [11], [12]		
10	Рекламно-информационная деятельность организации	2	2			[9], [11]		
11	Коммерческий риск и способы его уменьшения	2	2			[16], [18]		Контрольная работа № 3
	<b>ИТОГО</b>	28	26	-				Зачет

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
(заочная форма получения высшего образования, сокращенный срок обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские Занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	<b>РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>							
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг	1				[14], [15], [17]		
2	Содержание коммерческой деятельности		1			[15], [18]		
3	Коммерческая информация и ее защита		1			[3], [18]		
	<b>РАЗДЕЛ 2. ОПТОВЫЕ ЗАКУПКИ И ПРОДАЖА ТОВАРОВ</b>							
4	Организация хозяйственных связей и договорной работы	1				[4], [5], [15],		

5	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	1				[6], [7], [8]		
6	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	1				[9], [10]		
7	Коммерческая деятельность по розничной продаже		1			[24], [26]		
	<b>РАЗДЕЛ 3 ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА</b>							
8	Организация изучения покупательского спроса		1			[15], [21]		
9	Формирование ассортимента товаров	1				[2], [11], [12]		
10	Рекламно-информационная деятельность организации	1				[9], [11]		
11	Коммерческий риск и способы его уменьшения					[16], [18]		
	<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>-</b>				<b>Зачет</b>

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### *Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Коммерческая деятельность»*

В овладении знаниями учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (защита реферата, контрольные работы и т.п.);
- подготовка к зачету.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Законодательные и нормативные акты:

1. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-З (изменения и дополнения от 4 января 2014 г. № 106-З ) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2014, 2/2104).

2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126).

3. Закон Республики Беларусь «О коммерческой тайне»: Закон Республики Беларусь от 05.01.2013 № 16-З // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь 9 января 2013 г. N 2/2014.

4. Положение о поставках товаров в Республике Беларусь: постановление Кабинета Министров Республики Беларусь, 8 июля 1996 г. N 444 // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2006.

5. Гражданский кодекс Республики Беларусь. - 3-е изд., с изм. и доп. - Минск: Нац. центр правовой информации Респ. Беларусь, 2006.

6. Закон «О государственных закупках товаров (работ, услуг)». Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г. № 419-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь -19.07. 2012 г. N 2/1971.

7. Указ Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах государственных закупок товаров» от 31.12.2013 г. №590// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь - 01.01.2014, 1/14720.

8. О некоторых мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)»: постановление совета министров Республики Беларусь. 22 августа 2012 г. № 778 // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь, 2012 г., N 35, 5/35330.

9. Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г., № 225-3: принят Палатой представителей 2 апр. 2007 г.: одобр. Советом Респ. 20 апр. 2007 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2007. — № 119. — 2/1321.

9. Положение о порядке организации выставок и ярмарок: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 июля 2004 г., № 890 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2004. — № 5. — 14580.

10. "О некоторых вопросах выставочной и ярмарочной деятельности": постановление совета министров Республики Беларусь, 23 апреля 2012 г. № 384 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2004 г., № 120, 5/14580.

11. Положение о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь наружной рекламы и ее средств, рекламы на автомобильных транспортных средствах, трамваях, троллейбусах: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 12. нояб. 2007 г. №1497 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2007 — №119 - 2/1321.

12. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 года № 703 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2014 г. 24. 07 N 5/39169.

13. О перечнях товаров: постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 8 мая 2014 г. N 20 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2014 г. 7 августа N 8/28975

## **Литература**

### ***Основная:***

14. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. - 2-е изд.- Минск: Выш. шк., 2009. - 352 с.

15. Ромина, А.Г. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / А.Г.

Ромина. - Минск: БГЭУ, 2009. - 317 с.

16 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для высш. и сред. спец. учеб. заведений / Ф.Г. Панкратов. - М.: Торговая компания «Дашков и К», 2009. - 580 с.

17. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2006. — 248 с.

18. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р.И. Бунеева – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 350 с.

19. Минько, Э.В., Минько, А.Э. Основы коммерции: учебное пособие / Э.В. Минько, А.Э. Минько – 2-е изд., стандарт третьего поколения. – СПб: Питер, 2013. – 336 с.

20. Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность: учебное пособие / С.И. Башаримова, М.В. Дасько. – Минск: Беларусь, 2011. – 307 с.

21. Памбучиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник для студентов учреждений среднего проф. образования / О.В. Памбучиянц – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. – 448 с.

22. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, — Минск: Выш. шк., 2010. — 286 с.

23. Сысоева, С.В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице (+ CD) / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. — СПб.: Питер, 2008. — 336 с.

24. Сысоева, С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице (+ CD)/С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. — СПб.: Питер, 2010. — 256 с.

25. Чкалова, О.В. Торговое дело: учеб пособие / О.В. Чкалова. — М.: Эксмо, 2008. —320 с.

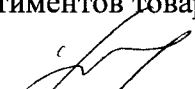
26. Бузукова, Е.А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е.А. Бузукова, под ред. С.В. Сысоевой. – СПб: Питер,

2010. – 432 с.

27. Каплина, С.А. Организация коммерческой деятельности / С.А. Каплина. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 448 с.

28. Васильев, Ю. П. Коммерческая деятельность: учебное пособие / Ю.П. Васильев. – СПб: Питер, 2008. – 386 с.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

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)
Экономика торговли	Экономики торговли	1. В зависимости от состава слушателей дифференцировать глубину изучение вопросов формирования ассортиментов товаров 	Протокол № 10 от 14.05.2015



# ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на 2015/2016 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Л.С.Климченя

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_ С.И.Скриба