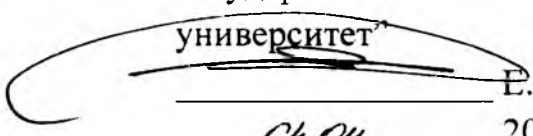


Учреждение образования
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования “Белорусский
государственный экономический
университет”


Е. Ф. Киреева

04.04

2023 г.

Регистрационный № УД 3364 23 /уч.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 10-2021 для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления», регистрационный №21 ДГС-078; 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке», регистрационный номер 21ДГЗ-082; 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания», регистрационный №21 ДГГ-083)

СОСТАВИТЕЛЬ:

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

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

Морозевич О.А., проректор по учебной работе 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 12 января 2023 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 01.03.2023 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к числу учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки специалистов в сфере торговли. Использование специалистами в своей профессиональной деятельности знаний в области коммерческой деятельности будет способствовать эффективной работе торговых организаций и обеспечению высокого уровня торгового обслуживания населения.

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

Цель ее преподавания - 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.

Задачи учебной дисциплины:

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

В результате изучения учебной 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;
- 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;
- принимать обоснованные решения по совершенствованию деятельности торговых организаций, базирующиеся на использовании современных технологий отрасли;
- системными знаниями и умениями для решения междисциплинарных задач и проблем.

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

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

Материал, изложенный в учебной программе, формировался на основе изучения и анализа мирового опыта развития торговли и переосмысления теоретических и методологических разработок отечественных и зарубежных ученых по проблемам торговли. Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность», тесно увязана с другими учебными дисциплинами по специальностям, в том числе «Организация и технология отрасли», «Экономика отрасли», «Электронная коммерция», «Менеджмент торговли» и др.

В соответствии с учебным планом получения высшего образования по специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа рассчитана на 296 часов, из них аудиторных занятий 144 часа.

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

- ДФО: 3 курс, 6 семестр лекций – 34 часа; семинарских занятий – 12 часов и практических занятий – 20 часов, лабораторные работы – 4 часа; 4

курс, 7 семестр лекции – 40 часов, практические занятия -20 часов, семинарские занятия -2 часа, лабораторные работы – 12 часов.

- ЗФО: аудиторных – 36 часов, в том числе: 4 курс, 8 сессия: лекции – 4 часа; 5 курс 9 сессия: лекции – 8 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные работы -2 часа; 5 курс 10 сессия: лекции – 8 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные работы -2 часа;

- ЗФО (сокр): аудиторных – 28 часов, в том числе: 3 курс, 6 сессия: лекции – 4 часа; 4 курс 7 сессия: лекции – 4 часа, практические занятия – 4 часа, лабораторные работы - 2 часа; 4 курс 8 сессия: лекции – 6 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные работы -2 часа;

Формы текущей аттестации – зачет, курсовая работа, экзамен.

Количество зачетных единиц -6.

Для студентов набора 2020 года на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», утвержденного 10.06.2013, регистрационный № 37 Р-13.

В соответствии с учебным планом получения высшего образования по специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа рассчитана на 306 часов, из них аудиторных занятий 140 часов.

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

- ДФО: 3 курс, 6 семестр лекций – 30 часов; и практических занятий – 24 часа; 4 курс, 7 семестр лекции – 46 часов, практические занятия - 24 часа, , лабораторные работы – 16 часов.

- ЗФО: аудиторных – 36 часов, в том числе: 4 курс, 8 сессия: лекции – 4 часа; 5 курс 9 сессия: лекции – 8 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные работы -2 часа; 5 курс 10 сессия: лекции – 8 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные работы -2 часа;

- ЗФО (сокр): аудиторных – 28 часов, в том числе: 3 курс, 6 сессия: лекции – 4 часа; 4 курс 7 сессия: лекции – 4 часа, практические занятия – 4 часа, лабораторные работы - 2 часа; 4 курс 8 сессия: лекции – 6 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные работы -2 часа.

Формы текущей аттестации – зачет, курсовая работа, экзамен.

Количество зачетных единиц -6.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле

Тема 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 промышленной организации; 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 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 влияющие на состояние рынка товаров и услуг: 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 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 виды 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 4. 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 5. 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 6. Организация изучения покупательского спроса

Задачи и цели изучения потребностей населения. Понятие покупательского 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 в зависимости от степени интенсивности покупательского спроса, характера возникновения потребности в покупке, степени повторяемости, частоты предъявления, степени устойчивости во времени и др.

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, неудовлетворенного и формирующегося спроса.

Виды прогнозов и методов прогнозирования покупательского спроса. Организация работы по изучению и прогнозированию покупательского спроса и конъюнктура рынка.

Основные направления использование 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 7. 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 закупка 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 8. 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 9. 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 10. 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 посылочных 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 оптовым 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 11. 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 12. Коммерческая деятельность во внешнеторговых 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 внешнеторговых операций.

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

Понятие таможи 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 внешнеторговой документации. Определение внешнеторговой документации. Товаросопроводительные и товарораспорядительные документы. Отгрузочные документы. Основные реквизиты внешнеторговых документов. Основные группы внешнеторговых 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 13. 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 промышленной организации: изучение рынка сырья и материалов, разработка стратегии снабжения.

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

Закупочная деятельность промышленной организации. 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. Планирование сбытовой деятельности. Планирование сбыта товара. Каналы сбыта. Портфель заказов.

Стимулирование сбыта продукции. Организация сервиса на предприятии.

Управление возвратными материальными потоками.

Тема 14. 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.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(дневная форма получения высшего образования для специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность»)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лек-ции	СЗ	Лаб занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле									
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления	2	2						[2,4, 11]	Опрос, обсуждение проблемных вопросов
2	Содержание коммерческой деятельности	6		4					[15, 17]	Блиц-опрос, дискуссия
3	Коммерческая информация и ее защита	4		4					[7, 12]	Блиц-опрос, дискуссия ОКР 1
	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций									
4	Договорная работа в коммерческой деятельности	4		4					[4, 6, 23]	Опрос, обсуждение проблемных вопросов
5	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	6	4	2					[1,4, 5,6,23]	Опрос, выполнение индивидуального задания ОКР 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров									
6	Организация изучения покупательского спроса	6		4					[26,27, 28, 31]	Блиц-опрос, решение задач, анализ конкретных ситуаций
7	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	6	2	2	4				[5,6, 10]	Опрос, решение задач ОКР 3
	ИТОГО 6 СЕМЕСТР	34	8	20	4					Зачет
	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
8	Формирование ассортимента товаров	4	2	2	2				[2, 21, 22]	Опрос, решение задач,
9	Управление ассортиментом товаров	6		4	4				[2,21, 22]	Анализ конкретных ситуаций, ОКР 4
	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
10	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	8	2	2	2				[10,11, 12]	Опрос, решение задач
11	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	8		4	4				[8,9,24]	Опрос, решение задач. ОКР 5
	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
12	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	4		2					[15,16]	Анализ конкретных ситуаций, опрос
13	Коммерческая деятельность производителя	6	2	2					[13,15]	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
14	Эффективность коммерческой деятельности	4		4					[13,15]	ОКР № 6
	ИТОГО 7 СЕМЕСТР	40	6	20	12					Экзамен
	Итого	74	14	40	16					

6	Организация изучения покупательского спроса	2		1				[26,27, 28, 31]	Блиц-опрос, решение задач, анализ конкретных ситуаций
7	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	2		1	2			[5,6, 10]	решение задач, анализ конкретных ситуаций
	ИТОГО 6 СЕМЕСТР	12		6	2				Зачет
	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации								
8	Формирование ассортимента товаров	1		1				[2, 21, 22]	Опрос, решение задач,
9	Управление ассортиментом товаров	2			2			[2,21, 22]	Анализ конкретных ситуаций,
	Раздел 5. Оптовая продажа товаров								
10	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	1		1				[10,11, 12]	Опрос, решение задач
11	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	1		1				[8,9,24]	Опрос, решение задач.
	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности								
12	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	1		1				[15,16]	Анализ конкретных ситуаций, опрос
13	Коммерческая деятельность производителя	1		1				[13,15]	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
14	Эффективность коммерческой деятельности	1		1				[13,15]	
	ИТОГО 7 СЕМЕСТР	6		6	4				Экзамен
	Итого	20		12	4				

6	Организация изучения покупательского спроса	1		0,5					[26,27, 28, 31]	Блиц-опрос, решение задач, анализ конкретных ситуаций
7	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	1		0,5	2				[5,6, 10]	решение задач, анализ конкретных ситуаций
	ИТОГО 6 СЕМЕСТР	8		4	2					Зачет
	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
8	Формирование ассортимента товаров	1		1					[2, 21, 22]	Опрос, решение задач,
9	Управление ассортиментом товаров	1			2				[2,21, 22]	Анализ конкретных ситуаций,
	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
10	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	1		1					[10,11, 12]	Опрос, решение задач
11	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	1		1					[8,9,24]	Опрос, решение задач.
	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
12	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	1		1					[15,16]	Анализ конкретных ситуаций, опрос
13	Коммерческая деятельность производителя	1		1					[13,15]	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
154	Эффективность коммерческой деятельности			1					[13,15]	
	ИТОГО 7 СЕМЕСТР	6		6	2					Экзамен
	Итого	14		10	4					

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(дневная форма получения высшего образования для специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность» на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», утвержденного 10.06.2013, регистрационный № 37 Р-13)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лекции	СЗ	Лаб занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле									
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления	2		2					[2,4, 11]	Опрос, обсуждение проблемных вопросов
2	Содержание коммерческой деятельности	4		2					[15, 17]	Блиц-опрос, дискуссия
3	Коммерческая информация и ее защита	4		4					[7, 12]	Блиц-опрос, дискуссия ОКР 1
	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций									
4	Договорная работа в коммерческой деятельности	4		4					[4, 6, 23]	Опрос, обсуждение проблемных вопросов
5	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	4		4					[1,4, 5,6,23]	Опрос, выполнение индивидуального задания ОКР 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров									
6	Организация изучения покупательского спроса	6		4					[26,27, 28]	Блиц-опрос, решение задач.
7	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	6		4					[5,6, 10]	Опрос, решение задач ОКР 3
	ИТОГО 6 СЕМЕСТР	30		24						Зачет
	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
8	Формирование ассортимента товаров	4		4	4				[2, 21, 22]	Опрос, решение задач,
9	Управление ассортиментом товаров	6		4	4				[2,21, 22]	Анализ конкретных ситуаций, ОКР 4
	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
10	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	8		4	4				[10,11, 12]	Опрос, решение задач
11	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	8		4	4				[8,9,24]	Опрос, решение задач. ОКР 5
	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
12	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	4		2					[15,16]	Анализ конкретных ситуаций, опрос
13	Коммерческая деятельность производителя	6		4					[13,15]	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
14	Эффективность коммерческой деятельности	4		2					[13,15]	Решение задач ОКР № 6
	ИТОГО 7 СЕМЕСТР	46		24	16					Экзамен
	Итого	76		48	16					

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» для заочной формы получения высшего образования» на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», утвержденного 10.06.2013, регистрационный № 37 Р-13).

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лекции	СЗ	Лаб занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле									
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления	1							[2,4, 11]	Работа с блок-конспектом
2	Содержание коммерческой деятельности	2		1					[15, 17]	Блиц-опрос, дискуссия
3	Коммерческая информация и ее защита	1		1					[7, 12]	Блиц-опрос, дискуссия
	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций									
4	Договорная работа в коммерческой деятельности	2		1					[4, 6, 23]	Опрос, обсуждение проблемных вопросов
5	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	2		1					[1,4, 5,6,23]	Опрос, выполнение индивидуального задания

	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров									
6	Организация изучения покупательского спроса	2		1					[26,27, 28, 31]	Блиц-опрос, решение задач, анализ конкретных ситуаций
7	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	2		1	2				[5,6, 10]	решение задач, анализ конкретных ситуаций
	ИТОГО 6 СЕМЕСТР	12		6	2					Зачет
	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
8	Формирование ассортимента товаров	1		1					[2, 21, 22]	Опрос, решение задач,
9	Управление ассортиментом товаров	2			2				[2,21, 22]	Анализ конкретных ситуаций,
	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
10	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	1		1					[10,11, 12]	Опрос, решение задач
11	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	1		1					[8,9,24]	Опрос, решение задач.
	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
12	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	1		1					[15,16]	Анализ конкретных ситуаций, опрос
13	Коммерческая деятельность производителя	1		1					[13,15]	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
14	Эффективность коммерческой деятельности	1		1					[13,15]	
	ИТОГО 7 СЕМЕСТР	6		6	4					Экзамен
	Итого	20		12	4					

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Коммерческая деятельность»
 для заочной формы получения высшего образования, интегрированной с ССО на основе учебного плана учреждения
 высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», утвержденного 10.06.2013,
 регистрационный № 37 Р-13).

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лек- ции	СЗ	Лаб занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Раздел 1. Основы организации коммерческой деятельности в торговле									
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров народного потребления	1		0,5					[2,4, 11]	Работа с блок- конспектом
2	Содержание коммерческой деятельности	1		0,5					[15, 17]	Блиц-опрос, дискуссия
3	Коммерческая информация и ее защита	1		0,5					[7, 12]	Блиц-опрос, дискуссия
	Раздел 2. Формирование коммерческих связей в деятельности организаций									
4	Договорная работа в коммерческой деятельности	1		0,5					[4, 6, 23]	Опрос, обсуждение проблемных вопросов
5	Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	1		0,5					[1,4, 5,6,23]	Опрос, выполнение индивидуального задания

	Раздел 3. Организация оптовой закупки товаров									
6	Организация изучения покупательского спроса	1		0,5					[26,27, 28, 31]	Блиц-опрос, решение задач, анализ конкретных ситуаций
7	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров	1		0,5	2				[5,6, 10]	решение задач, анализ конкретных ситуаций
	ИТОГО 6 СЕМЕСТР	8		4	2					Зачет
	Раздел 4. Ассортиментная политика торговой организации									
8	Формирование ассортимента товаров	1		1					[2, 21, 22]	Опрос, решение задач,
9	Управление ассортиментом товаров	1			2				[2,21, 22]	Анализ конкретных ситуаций,
	Раздел 5. Оптовая продажа товаров									
10	Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	1		1					[10,11, 12]	Опрос, решение задач
11	Рекламно-информационная деятельность и стимулирование продаж	1		1					[8,9,24]	Опрос, решение задач.
	Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности									
12	Коммерческая деятельность во внешнеторговых операциях	1		1					[15,16]	Анализ конкретных ситуаций, опрос
13	Коммерческая деятельность производителя	1		1					[13,15]	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
154	Эффективность коммерческой деятельности			1					[13,15]	
	ИТОГО 7 СЕМЕСТР	6		6	2					Экзамен
	Итого	14		10	4					

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные акты:

1. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-З в редакции Закона Республики Беларусь от 8 июля 2008 г. № 366-З (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>. – Дата доступа: 25.01.2022.
2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З в редакции Закона Республики Беларусь от 04.01.2021 г. № 81-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>. – Дата доступа: 25.01.2022.
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров» от 22 июля 2014 г. № 703 (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21400703>. – Дата доступа: 25.01.2023.
4. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. : с изм. и доп.: текст по состоянию на 28 января 2013 года. - Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2013. - 651 с.
5. О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г., № 419-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, Дата доступа: 25.01.2022.
6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь О реализации Закона Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» от 24 декабря 2019 г. № 901 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 28.12.2019
7. О коммерческой тайне: Закон Республики Беларусь от 5 янв. 2013 г., № 16-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2013. – № 2/2014.
8. О рекламе: Закон Респ. Беларусь от 10 мая 2007 г., № 225-3: с изм. и доп.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 28 дек. 2009 г., № 95-3.// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2010. — №6. 2/1647.
9. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 7 июля 2021 г. № 395 О мерах по реализации закона республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.07.2021, 5/49239

10. О товарных биржах: Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2009 г., № 10-3: с изм. и доп.: в редакции Закона Респ. Беларусь от 9 июля 2012 г., № 388-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — 2/1940.

11. О некоторых вопросах выставочной и ярмарочной деятельности: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 апр. 2012 г., № 384 с изм. и доп.: в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 26 июня 2013 г., № 544 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — Минск, 2013. — Дата доступа: 10.07.2013.

12. Положение о порядке организации выставок и ярмарок в Республике Беларусь: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 апреля 2012 г., № 384: с изм. и доп.: в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 26 июня 2013 г., № 544// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2012. — № 5. — 14580.

Основная литература:

13. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. — 13-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2017. — 500 с. : табл., схем., граф. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590> (дата обращения: 21.03.2022). — ISBN 978-5-394-01418-5. — Текст : электронный.

14. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. — 5-е изд., перераб. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 266 с. : табл. — (Среднее профессиональное образование). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621684> (дата обращения: 21.12.2022). — ISBN 978-5-394-04186-0. — Текст: электронный.

15. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0498-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1043393> (дата обращения: 21.12.2022). — Режим доступа: по подписке.

16. Денисова, Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: учебное пособие / Н. И. Денисова. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 480 с. - ISBN 978-5-9776-0206-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1064903> (дата обращения: 21.12.2022). — Режим доступа: по подписке.

17. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность: учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под ред. Л. П. Дашкова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 286 с. : схем., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696966> (дата обращения: 09.01.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-05388-7. — Текст : электронный.

Дополнительная литература

18. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - М.: Инфра-М, 2019. - 416 с.
19. Борисов, Е. Ф. Коммерческая деятельность: Учебник для студентов вузов по направлению и спец. «Экономика в торговле».- М.:Юристъ, 2019.- 568 с
20. Бочаров, В.В. Организация коммерческой деятельности. – С.-П.:Питер,2019. – 408 с.
21. Иванов, И.В., Баранов, В.В. Коммерческая деятельность. Стоимостной подход. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. — 504 с.
22. Мещерякова А.И. Управление товарным ассортиментом торговой компании (монография). – М.: Маркет ДС, 2017. – 76 с. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности М.: ЮНИТИ ДАНА, 2017 — 307 с.
23. Флерко, С. Л. Коммерческая деятельность: практикум / С. Л. Флерко. - Минск: Мисанта, 2013. - 116, [1] с. : ил.
24. 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, [1] с. : ил.
25. Назаров, А. Управление продажами: как построить систему продаж, которая реально работает / А. Назаров, О. Будовская. – Санкт–Петербург [и др.]: Питер, 2017. – 379 с.
26. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под. ред. Л. П. Дашкова. - Москва: Дашков и К, 2020. - 286 с.
27. Синяева, И.М. Маркетинг в торговле: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев, Л.П. Дашков. - М.: Дашков и К°, 2021. - 396 с.
28. Поляков, В. А. Рекламный менеджмент : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Статистика» и другим экон. специальностям (бакалавр) / В. А. Поляков, А. А. Романов. – М. : Курс : Инфра-М, 2017. – 351 с.
29. Коммерческая деятельность: Учебное пособие / Под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 253 с.
30. Коммерческая деятельность: Учебное пособие / Под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 253 с.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

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 по учебной дисциплине 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, экзамену.

Требования к курсовой работе по учебной дисциплине для специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Курсовая работа, как форма текущей аттестации обучающихся при освоении содержания образовательных программ высшего образования I ступени, является видом самостоятельной работы обучающихся, представляющей собой решение в курсовой работе учебной задачи.

Курсовая работа должна быть выполнена на материале конкретной торговой организации. Данные должны охватывать актуальный период. Курсовая работа содержит: введение, основную часть, раскрывающую теоретические аспекты проблемы, организационно-экономическую характеристику торговой организации, расчетно-аналитический раздел и обоснование прогнозных расчетов и путей совершенствования по

исследуемой проблеме и заключение, а также список использованной литературы, приложения.

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.

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

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

Объем курсовой работы без приложений должен составлять 25–35 страниц текста, напечатанного в соответствии с требованиями СТП 20-04-2008, СТП 20-05-2008. В работе должно выдерживаться определенное соотношение между отдельными структурными частями.

Порядок организации курсового проектирования и защиты курсовых работ определяется учреждением высшего образования.

Перечень рекомендуемых средств диагностики

Устная форма диагностики:

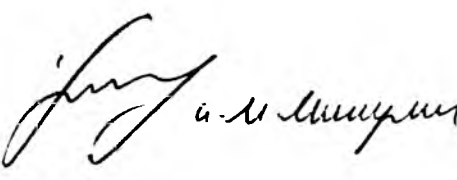
1. Доклады на семинарских занятиях.
2. Доклады на конференциях.
3. Устные зачеты.
4. Устные экзамены.
5. Оценивание на основе деловой игры.

Письменная форма диагностики:

1. Тесты.
2. Контрольные опросы.

3. Контрольные работы.
4. Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
5. Отчеты по научно-исследовательской работе.
6. Письменные зачеты.
7. Письменные экзамены.
8. Оценивание на основе рейтинговой системы.
9. Оценивание на основе деловой игры.

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)
Финансовая политика в торговле	Кафедра экономики торговли и услуг	нет 	Учебную программу по учебной дисциплине «Коммерческая деятельность» рекомендовать к утверждению (протокол № 6 от 12.01.2023)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 20 /20 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент

Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. экон. наук, доцент

А.И. Ерчак