

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.02 Коммерческая деятельность

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Менеджмент организации и логистика

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная

Институт: экономики, управления и сервисных технологий

Кафедра: экономики и управления им. Н.Г. Нечаева

	очная форма		
Курс	2		
Семестр/триместр	3		
Лекции	18		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18		
в т.ч. практическая подготовка	4		
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	72		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетных единицы.

Разработчик рабочей программы:

старший преподаватель С.В. Мишина

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: овладение студентами знаниями и действиями организации коммерческой деятельности предприятия (организации), направленными на ее совершенствование в предприятиях, функционирующих на рынке.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельностью предприятия по отраслям и сферам применения;
- моделирование коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг;
- анализ стратегического планирования коммерческой деятельности предприятий;
- участие в подготовке и принятии решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности экономических служб и подразделений предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. с учетом правовых, административных и других ограничений и т.д.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКС-2	Знать: <ul style="list-style-type: none">- основы тактического и оперативного управления логистическими процессами;- методы разработки организационно-технической, организационно-экономической и финансовой документации современного предприятия.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- технологию сбора, хранения, обработки и оценки информации необходимой для управления коммерческой деятельностью;- способы организации каналов сбыта, основные структуры управления службы продаж, типы продаж, виды мотивации торгового персонала;- современные административные, экономические и социально-психологические методы управления; типы инструментов поддержки продаж.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- осуществлять тактическое и оперативное управление логистическими процессами;- применять современные технологии в процессе разработки организационно-	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- планировать работу отдела продаж, определять необходимую численность персонала отдела продаж, оценивать эффективность деятельности отдела продаж;- принимать решения в стандарт-

	технической, организационно-экономической и финансовой документации предприятия.	ных и нестандартных ситуациях в области принятия решений относительно коммерческих рисков; - управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений в области менеджмента.
	Владеть: - навыками тактического и оперативного управления логистическими процессами; - способами применения современных технологий в процессе разработки организационно-технической, организационно-экономической и финансовой документации предприятия.	Владеет: - навыками работы с технической документацией необходимой для профессиональной деятельности; - навыками анализа и планирования в продажах; - навыками соблюдения действующего законодательства и нормативных документов, требований технических регламентов, стандартов, договоров; - способами построения бизнес-процессами продаж.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел I. Теоретические основы коммерческой деятельности организации	36	6	6		24
1.	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия (организации)	12	2	2		8
2.	Тема 2. Методология коммерческой деятельности предприятия (организации)	12	2	2		8
3.	Тема 3. Управление коммерческой деятельностью предприятия (орга-	12	2	2		8

	низации)					
	Раздел II. Организация и структура коммерческих организаций	72	12	12		48
4.	Тема 4. Торгово-посреднические структуры	12	2	2		8
5.	Тема 5. Управление товарным обеспечением	12	2	2		8
6.	Тема 6. Организация работы коммерческих служб	12	2	2		8
7.	Тема 7. Деловая этика и деловой этикет коммерсанта	12	2	2		8
8.	Тема 8. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности	12	2	2		8
9.	Тема 9. Правовое обеспечение коммерческой деятельности	12	2	2		8
	<i>Зачет с оценкой</i>					
	<i>Контроль</i>					
	<i>Итого за 3 семестр</i>	<i>108</i>	<i>18</i>	<i>18</i>		<i>72</i>
	в т.ч. практическая подготовка	4	2	2		
	ИТОГО:	108	18	18		72

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы (в тестовой форме).

Типовой вариант контрольной работы

В тестовой форме:

1. Под «коммерцией» понимают:

- а. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
- б. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- с. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;

d. деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

2. Целью коммерческой стратегии является:

- a. определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;
- b. определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;
- c. разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- d. определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

- a. с куплей товаров и/или услуг;
- b. с продажей товаров и/или услуг;
- c. с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
- d. с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
- e. с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.

4. Что является объектом коммерческой деятельности?

- a. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- b. услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- c. реклама; представительские услуги;
- d. аудит; консалтинг;
- e. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

5. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

- a. реальное воплощение товара;
- b. замысел товара;
- c. дополнение к товару;
- d. доставка товара;
- e. использование товара.

6. К коммерческим организациям не относятся:

- a. хозяйственные товарищества и общества;

- b. производственные кооперативы;
- c. потребительские кооперативы;
- d. государственные унитарные предприятия

7. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- a. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- b. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;
- c. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- d. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

8. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- a. отдел координации закупок и продаж;
- b. отдел транспорта и таможенных операций;
- c. отдел маркетинга и цен;
- d. отдел рекламы;
- e. отдел работы с посредниками;
- f. все вышеперечисленные варианты верны

9. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

- a. изучение рынков;
- b. изучение рынков поставщиков и потребителей;
- c. разработка контрактов с определением цен

10. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

- a. в организации торгового обслуживания покупателей;
- b. в организации товаров;
- c. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;
- d. в формировании ассортимента товаров.

11. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

- a. то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;
- b. то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
- c. то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;

- d. то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
- e. то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

12. Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:

- a. розничная продажа;
- b. оптовая продажа;
- c. стимулирование сбыта;
- d. сезонные скидки

13. Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:

- a. коммерческим организациям;
- b. некоммерческим организациям;

14. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, не относят:

- a. скидки с цены;
- b. премии;
- c. распространение купонов;
- d. бесплатные образцы товаров
- e. нет правильного ответа

15. Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе

- a. маркетинга;
- b. сбыта;
- c. услуг;
- d. кадров

16. Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?

- a. цена и качество;
- b. скидки и доступность информации;
- c. принадлежность к одной отрасли

17. Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?

- a. контакты с поставщиками;
- b. технические справочники;
- c. опрос экспертов

18. Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:

- a. производитель – потребитель;
- b. производитель – посредник – потребитель;
- c. производитель – оптовый торговец – розница – потребитель

19. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- a. разработка каталогов и прейскурантов;
- b. доставка товара к месту продажи;
- c. распаковка и расконсервация;

d. подготовка товара к продаже;

20. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- a. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- b. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;
- c. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- d. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

21. Торговый ассортимент представляет собой:

- a. совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- b. совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- c. совокупность товаров, находящихся на рынке;
- d. совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

22. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- a. ассортимент товаров; величина предприятия;
- b. способ продаж; объем услуг;
- c. расположение; организационно правовая форма;
- d. ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;
- e. величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

23. Что такое «широта» ассортимента?

- a. количество товарных единиц в товарной группе;
- b. бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- c. соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- d. количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

24. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- a. внутриотраслевые;
- b. межотраслевые;
- c. прямые;
- d. опосредованные;

е. длительные

25. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- а. поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- б. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- с. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;
- д. согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

26. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- а. игры;
- б. премии лучшим торговым работникам;
- с. проведение конференций продавцов;
- д. моральные поощрения

27. Какой вид сервиса не существует?

- а. предпродажный;
- б. послепродажный;
- с. внутрипродажный;
- д. все вышеперечисленные варианты верны

28. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

- а. материально-техническое обеспечение;
- б. производственные;
- с. финансовые;
- д. информационные;
- е. материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

29. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

- а. личный отбор товара на складе;
- б. по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
- с. через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- д. с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;
- е. личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

30. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- a. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);
- b. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- c. личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- d. наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- e. деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с оценкой с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету с оценкой.

**Вопросы к зачету с оценкой
(3 семестр очная форма обучения)**

1. Деловые качества коммерсанта.
2. Деловая этика и деловой этикет.
3. Организация и проведение деловых переговоров.
4. Стратегия и тактика деловых переговоров
5. Сущность, цели, задачи и принципы коммерческой деятельности.
6. Функции коммерческой службы предприятия.
7. Организационные структуры коммерческих служб.
8. Метод бюджетного управления.
9. Сущность и содержание закупочной деятельности.
10. Методы изучения рынка сырья и материалов.
11. Содержание плана закупок.
12. Выбор поставщика.
13. Договор поставки.
14. Приемка продукции по качеству и количеству.
15. Формы расчета с поставщиком.
16. Закупка и поставка импортных товаров.
17. Расчет оптимального объема закупки.
18. Анализ эффективности закупочной деятельности.
19. Сбытовая деятельность на предприятии.
20. Планирование ассортимента продукции.
21. Определение рациональной структуры производства и сбыта.
22. Прогнозирование сбыта продукции.
23. Составление портфеля заказов.
24. Канал сбыта продукции.
25. План по сбыту.
26. Анализ эффективности сбытовой деятельности.
27. Содержание оперативно - сбытовой работы предприятия.
28. Концепция коммерческой деятельности в сфере товарного обращения.

29. Услуги в сфере коммерческой деятельности.
30. Торгово – посреднические организации.
31. Виды посредников в коммерческой деятельности
32. Оптовая торговля.
33. Розничная торговля.
34. Франчайзинг.
35. Мерчендайзинг.
36. Организационно – правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. 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: 01.09.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05388-7. – Текст : электронный.
2. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность : учебник / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 212 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696972> (дата обращения: 01.09.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04840-1. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Баранов, В.А. Коммерческое право: правовое регулирование организации коммерческой деятельности / В.А. Баранов ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2017. – 129 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498910> (дата обращения: 01.09.2023). – Библиогр.: с. 111-126. – ISBN 978-5-8265-1711-6. – Текст : электронный.
2. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. – 2-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 400 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495757> (дата обращения: 01.09.2023). – ISBN 978-5-394-02531-0. – Текст : электронный.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://www.aup.ru/	Административно-управленческий портал. Включает электронную библиотеку деловой литературы и документов, бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий. В разделах также представлены готовые бизнес-планы, статистические справочники и аналитические обзоры.	Свободный доступ
2.	http://window.edu.ru/	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.