

«УТВЕРЖДАЮ»  
 Директор института права и экономики  
 / А.С. Кисарин /



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.Б.10 Коммерческая деятельность**

**Направление подготовки:** 38.03.02 Менеджмент

**Направленность (профиль):** производственный менеджмент

**Квалификация (степень):** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная, заочная

**Институт:** права и экономики

**Кафедра:** экономики, экономического анализа и менеджмента им. Н. Г. Нечаева

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1	4	4
Семестр/триместр	2	А	7

Лекции	18	2	6
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18	6	10
Консультации	-	-	-
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет -0,2	Зачет -0,2	Зачет -0,2
Контроль	-	-	-
Иные формы работы	-	-	-
Самостоятельная работа	71,8	99,8	91,8

**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 базовой части блока Б1. Дисциплины (модули).

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК - 6	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные проблемы и парадигмы операционного (производственного) менеджмента;</li><li>- технологию принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;</li><li>- основы анализа управленческих решений, принимаемых в рамках операционной (производственной) деятельности организаций.</li></ul>	<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности;</li><li>- методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;</li><li>- договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением;</li><li>- государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности;</li><li>- бизнес-процессы происходящие при осуществлении коммерческой деятельности</li></ul>
	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- разрабатывать управленческие решения в рамках операционной (производственной) деятельности организации;</li><li>- использовать современные методы ор-</li></ul>	<b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать полученные знания при организации и управлении коммерческой деятельности в работе предприятия, в частности должен</li></ul>

	<p>ганизации планирования операционной (производственной) деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать эффективность принятия решений в управлении деятельностью организаций.</li> </ul>	<p>организовать процесс закупки и продажи товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение;</li> <li>- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.</li> </ul>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;</li> <li>- методами анализа управленческих решений с целью поиска резервов их повышения;</li> <li>- навыками и инструментарием операционного планирования в организации.</li> </ul>	<p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях;</li> <li>- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой деятельности организации;</li> <li>- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;</li> <li>- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников</li> <li>- навыками самостоятельного освоения новых знаний, профессиональной аргументации; навыками управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.</li> </ul>

## 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	
	<b>Раздел I. Теоретические основы коммерческой деятельности организации</b>	<b>32</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>20</b>
1.	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия	9	2	2		5

	тия (организации)					
2.	Тема 2. Методология коммерческой деятельности предприятия (организации)	9	2	2		5
3.	Тема 3. Управление коммерческой деятельностью предприятия (организации)	14	2	2		10
	<b>Раздел II. Организация и структура коммерческих организаций</b>	<b>39</b>	<b>12</b>	<b>12</b>		<b>15</b>
4.	Тема 4. Торгово-посреднические структуры	14	2	2		10
5.	Тема 5. Управление товарным обеспечением	9	2	2		5
6.	Тема 6. Организация работы коммерческих служб	14	2	2		10
7.	Тема 7. Деловая этика и деловой этикет коммерсанта	14	2	2		10
8.	Тема 8. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности	14	2	2		10
9.	Тема 9. Правовое обеспечение коммерческой деятельности	10,8	2	2		6,8
	<i>Зачет</i>	<i>0,2</i>				
	<i>Итого за 2 семестр</i>	<i>108</i>	<i>18</i>	<i>18</i>		<i>71,8</i>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>71,8</b>

### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	<b>Раздел I. Теоретические основы коммерческой деятельности организации</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		<b>40</b>
1.	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия (организации)	10	-	-		10
2.	Тема 2. Методология коммерческой деятельности предприятия (ор-	13	1	2		10

	ганизации)					
3.	Тема 3. Управление коммерческой деятельностью предприятия (организации)	13	1	2		10
4.	<b>Раздел II. Организация и структура коммерческих организаций</b>	12	-	2		10
	Тема 4. Торгово-посреднические структуры	<b>20</b>	-			<b>20</b>
5.	Тема 5. Управление товарным обеспечением	10	-	-		10
6.	Тема 6. Организация работы коммерческих служб	10	-	-		10
	Тема 7. Деловая этика и деловой этикет коммерсанта	<b>39,8</b>	-	-		<b>39,8</b>
7.	Тема 8. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности	20	-	-		20
8.	Тема 9. Правовое обеспечение коммерческой деятельности	19,8	-	-		19,8
	<i>Зачет</i>	<i>0,2</i>				
	<i>Итого за А триместр</i>	<i>108</i>	<i>2</i>	<i>6</i>		<i>99,8</i>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		<b>99,8</b>

### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	<b>Раздел I. Теоретические основы коммерческой деятельности организации</b>	<b>42</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>30</b>
1.	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия (организации)	12	2	-		10
2.	Тема 2. Методология коммерческой деятельности предприятия (организации)	12	2	-		10
3.	Тема 3. Управление ком-	12	2	-		10

	мерческой деятельностью предприятия (организации)					
4.	<b>Раздел II. Организация и структура коммерческих организаций</b>	<b>71,8</b>	<b>-</b>	<b>10</b>		<b>61,8</b>
	Тема 4. Торгово-посреднические структуры	12	-	2		10
5.	Тема 5. Управление товарным обеспечением	12	-	2		10
6.	Тема 6. Организация работы коммерческих служб	12	-	2		10
	Тема 7. Деловая этика и деловой этикет коммерсанта	11	-	1		10
7.	Тема 8. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности	12	-	2		10
8.	Тема 9. Правовое обеспечение коммерческой деятельности	12,8	-	1		11,8
	<i>Зачет</i>	<i>0,2</i>				
	<i>Итого за 7 семестр</i>	<i>108</i>	<i>6</i>	<i>10</i>		<i>91,8</i>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>10</b>		<b>91,8</b>

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

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

#### **Типовой вариант контрольной работы**

В тестовой форме:

##### **1. Под «коммерцией» понимают:**

- a. деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
- b. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- c. 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.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Совершенствование управления коммерческой деятельностью производственного /торгового предприятия.
2. Совершенствование планирования и организации коммерческой деятельности предприятия.
3. Совершенствование финансового обеспечения коммерческой деятельности предприятия
4. Совершенствование информационного обеспечения коммерческой деятельности предприятия.
5. Совершенствование развития розничной торговой сети.
6. Формирование коммерческих связей предприятия.
7. Совершенствование мерчендайзинга в организации торгового процесса предприятия.
8. Формирование ассортимента товаров на предприятии.
9. Организация коммерческой работы на предприятии в сфере закупок.
10. Совершенствование торгового обслуживания покупателей на предприятии.
11. Моделирование бизнес-процессов и организационных систем на предприятии.
12. Совершенствование организации доставки товаров на предприятии.
13. Совершенствование деятельности складского хозяйства в организации коммерческой деятельности предприятия.
14. Совершенствование коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе предприятия.
15. Совершенствование закупочно-сбытовой деятельности предприятия.
16. Совершенствование организации выставочного дела.
17. Совершенствование управления товарными запасами на предприятии.
18. Совершенствование показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия.
19. Проект снижения затрат, связанных с коммерческими и производственными процессами на предприятии.
20. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности на предприятии.

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

### **Вопросы к зачету**

**(1 семестр очная форма обучения, 2 триместр очно-заочная форма обучения,  
2 семестр заочная 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

### 4.1. Основная литература

1. 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: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590> (дата обращения: 01.09.2020). – ISBN 978-5-394-01418-5. – Текст : электронный.

2. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 284 с. : ил. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573214> (дата обращения: 01.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03076-5. – Текст : электронный.

### 4.2. 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: 01.09.2020). – 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: 01.09.2020). – 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.	<a href="http://www.aup.ru/">http://www.aup.ru/</a>	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.	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>	<b>Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"</b> 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.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	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.	<a href="http://www.school.edu.ru">www.school.edu.ru</a>	Российский общеобразовательный портал	Свободный доступ
3.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
4.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
5.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	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 (МОДУЛЮ)

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.