

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.17 Коммерческая деятельность»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Коммерция

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

протокол № 8 от "02" 02 2017.

Заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

О.М. Калиева

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Н.В. Лужнова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

код наименование

личная подпись

О.М. Калиева

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грица

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Н.В. Лужнова

расшифровка подписи

№ регистрации 41452

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся теоретических знаний в области организации коммерческой деятельности на предприятии, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачи:

- освоение основ коммерческой деятельности (субъектов, объектов и принципов) применительно к сфере товарного обращения;
- изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- овладение методами управления технологическими и коммерческими процессами торговых предприятий;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности;
- овладение навыками проведения экономического, финансового и маркетингового анализа деятельности коммерческого предприятия;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также освоение необходимых для профессиональной деятельности общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.7 Право*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.14 Рынки потребительских товаров, Б.1.Б.15 Маркетинг, Б.1.Б.16 Теоретические основы товароведения, Б.1.Б.21 Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка, Б.1.В.ДВ.6.2 Интернет-реклама*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Знать: правовую основу и требования законодательства к организации коммерческой деятельности.</p> <p>Уметь: использовать нормативные и правовые документы для создания и управления деятельностью коммерческого предприятия.</p> <p>Владеть: методами соблюдения действующего законодательства и нормативных документов при организации коммерческой деятельности.</p>	ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
<p>Знать: характеристики ассортимента товаров и услуг коммерческого предприятия.</p> <p>Уметь: оценивать качество и конкурентоспособность товаров и услуг коммерческого предприятия.</p> <p>Владеть: методами контроля и оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг коммерческого предприятия.</p>	ПК-1 способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Знать: характеристику технологических и коммерческих операций для реализации проектов в области профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: участвовать в реализации проектов в области профессиональной коммерческой деятельности.</p> <p>Владеть: методами реализации проектов в коммерческой, маркетинговой или рекламной деятельности.</p>	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц (288 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	288	288
Контактная работа:	103,25	103,25
Лекции (Л)	52	52
Практические занятия (ПЗ)	50	50
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - решение типовых задач; - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям)	184,75	184,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Концепция коммерческой деятельности	47	8	8		31
2	Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг	47	8	8		31
3	Коммерческая деятельность предприятий оптовой торговли	47	8	8		31
4	Коммерческая деятельность предприятий розничной торговли	47	8	8		31
5	Основы организации посреднических структур	49	10	8		31
6	Результаты коммерческой деятельности	51	10	10		31
	Итого:	288	52	50		186
	Всего:	288	52	50		186

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Концепция коммерческой деятельности

Предпосылки становления, формирования и развития коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики. Соотношение понятий «коммерческая деятельность», «предпринимательство», «бизнес», их общность и различия. Эволюция коммерции в России и за рубежом. Состояние и тенденции развития торговли в условиях глобализации.

Определение целей и задач коммерческой деятельности с позиции государства, товаропроизводителей, торговых предприятий (посредников) и потребителей. Принципы, стратегия и функции коммерческой деятельности. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на результат коммерческой деятельности. Системный метод изучения коммерческой деятельности.

Раздел 2 Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг

Субъекты коммерческой деятельности: юридические лица - коммерческие и некоммерческие организации, объединения коммерческих организаций, субъекты среднего и малого предпринимательства; физические лица - индивидуальные предприниматели. Организационно-правовые формы функционирования предприятий и участников коммерческой деятельности. Профессиональные и деловые качества коммерсанта; деловая этика: нормы и правила; деловой этикет: понятие, составляющие; деловой протокол.

Объекты коммерческой деятельности. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности. Классификация товаров. Услуги как объекты коммерческой деятельности: понятие, виды услуг. Назначение услуг, их влияние на уровень доходов организации. Деньги как объект коммерческой деятельности.

Условия необходимые для развития коммерческой деятельности: правовая база, рынок, собственность. Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности: определение товарного рынка, его функции, факторы его развития и емкость. Конъюнктура рынка и ее оценка, методы исследования, источники информации. Определение спроса и предложения на товарных рынках, их емкости. Инфраструктура рынка товаров и услуг.

Раздел 3 Коммерческая деятельность предприятий оптовой торговли

Определение оптовой торговли. Сущность и функции оптовых организаций. Виды предприятий оптовой торговли. Задачи и содержание коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования основных условий. Транзитная и складская формы оптовой торговли. Характеристика методов оптовых продаж. Оптовые рынки. Маркетинговые решения оптовика. Разработка комплекса маркетинга для оптового предприятия: ассортиментная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политики.

Понятие торгового ассортимента. Качественные и количественные характеристики ассортимента. Принципы формирования ассортимента. Оценочные модели ассортимента (ABC-анализ и XYZ-анализ продукции). Управление закупками товаров. Закупки товаров, их назначение. Планирование объемов закупок товаров, организация и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия. Выбор источников закупок. Анализ и оценка возможностей поставщиков. Оптимальный размер заказа. Документальное оформление закупок товаров. Контроль и учет поставок

Раздел 4 Коммерческая деятельность предприятий розничной торговли

Организация товародвижения: понятие, принципы, формы, организация и контроль. Сущность розничной торговли и ее функции, как завершающей стадии торгово-технологического процесса товародвижения. Характеристика и классификация предприятий розничной торговли. Понятие товарных запасов, их роль при формировании ассортимента в розничной торговле. Показатели, характеризующие товарные запасы. Управление товарными запасами.

Особенности технологических планировок организаций торговли: требования к устройству магазинов; состав и взаимосвязь помещений магазина; устройство и планировка торгового зала и помещений для приёма, хранения и подготовки к продаже товаров; санитарно-технические условия магазина. Элементы технологического процесса в магазине: выгрузка товара, его приёмка по количеству и качеству, хранение, подготовка к продаже, выкладка и размещение. Управление технологическим процессом и организация труда в магазине.

Раздел 5 Основы организации торгово-посреднических структур

Коммерческие посредники на товарном рынке: виды услуг; биржи, аукционы, торговые дома, выставки, ярмарки. Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже. Органи-

зация торговли на аукционах. Понятие и виды аукционов. Торги как форма соревновательной торговли: понятия и значения торгов, их виды и условия проведения, организаторы и участники торгов. Современный российский аукционный рынок.

Сущность лизинга. ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)». Функции лизинга в экономике. Участники лизинговой сделки. Формы и виды лизинга. Лизинговый договор. Методика расчёта лизингового платежа. Лизинг персонала.

Раздел 6. Результаты коммерческой деятельности

Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, валовой доход, издержки обращения и прибыль. Основные финансовые показатели коммерческой деятельности предприятий: коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент промежуточной ликвидности, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент финансовой устойчивости. Основные маркетинговые показатели коммерческой деятельности предприятия: доля рынка, конкурентоспособность товара, ассортимент, имидж, затраты на рекламу. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Обсуждение основ научных знаний с научно-педагогическим работником	2
2	1	Концепция коммерческой деятельности	2
3	1	Принципы и функции коммерческой деятельности	2
4	1	Правовая основа и требования законодательства в коммерческой деятельности	2
5	2	Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг	2
6	2	Емкость и конъюнктура рынка	2
7	2	Субъекты коммерческой деятельности	2
8	2	Объекты коммерческой деятельности	2
9	3	Коммерческая деятельность предприятий оптовой торговли	2
10	3	Транзитная форма оптовой торговли	2
11	3	Складская форма оптовой торговли	2
12	3	Оптовые ярмарки	2
13	4	Коммерческая деятельность предприятий розничной торговли	2
14	4	Классификация предприятий розничной торговли	2
15	4	АВС-анализ	2
16	4	XYZ-анализ	2
17	5	Основы организации посреднических структур	2
18	5	Биржи	2
19	5	Аукционы	2
20	5	Торги и тендеры	2
21, 22	6	Структура доходов и расходов коммерческого предприятия	4
23	6	Основные экономические показатели коммерческой деятельности	2
24	6	Основные финансовые показатели коммерческой деятельности	2
25	6	Основные маркетинговые показатели финансовой деятельности	2
		Итого:	50

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.06 Торговое дело, 38.03.02 Менеджмент / [О. М. Калиева и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.35 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2017. - 193 с. - Загл. с тит. экрана. -Adobe Acrobat Reader 6.0 - ISBN 978-5-7410-1654-1.

2. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлениям подготовки 38.03.06 Торговое дело, 38.03.02 Менеджмент: [в 2 ч.] / [О. М. Калиева и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Ч. 2. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.16 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2017. - 192 с. - Загл. с тит. экрана. -Adobe Acrobat Reader 6.0

5.2 Дополнительная литература

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Текст] : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. - Москва : Юрайт, 2014. - 372 с. : ил. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 371-372. - ISBN 978-5-9916-2897-6.

2. Коммерция: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 160 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0555-5. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/413039>.

5.3 Периодические издания

1. Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016, 2017.
2. Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Экономика и управление : журнал. - СПб. : Агентство "Роспечать", 2016.
4. Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. : ВИНТИ, 2016, 2017
5. Экономические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
6. Экономическое развитие России : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
7. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

www.marketing.spb.ru – интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»
<http://marketing.web-3.ru> – тематический портал о маркетинге
<http://obs.ru> – портал «Открытая школа бизнеса»
<http://www.4p.ru> – электронный журнал по маркетингу «4р»
<http://www.advmarket.ru> – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
<http://www.sostav.ru> – сайт о рекламе, маркетинге и PR
<http://www.advertology.ru> – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR
<https://openedu.ru/course/spbu/BUSART> - «Открытое образование», Каталог курсов, MOOK: «Основы бизнеса»

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

- 1) Операционная система Windows
- 2) Пакет настольных приложений MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint

3) КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2017. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserv1\!CONSULT\cons.exe>

4) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>

5) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>

6) Базы данных Министерства экономического развития и торговли России – www.economy.gov.ru

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.