

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б1.Д.Б.22 Коммерческая деятельность»*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки

*38.03.02 Менеджмент*

(код и наименование направления подготовки)

*Маркетинг*

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

*Бакалавр*

Форма обучения

*Очно-заочная*

Год набора 2021



## 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;
- 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 компетенций.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.12 Экономическая теория, Б1.Д.Б.16 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.25 Основы предпринимательской деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.1 Маркетинговые коммуникации, Б1.Д.В.3 Маркетинговые исследования, Б1.Д.В.4 Стратегический маркетинг, Б1.Д.В.5 Организация рекламной деятельности, Б1.Д.В.6 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг, Б1.Д.В.7 Товароведение и экспертиза товаров, Б1.Д.В.8 Технология разработки проектирования концепции продукта, Б1.Д.В.9 Управление маркетинговыми проектами, Б1.Д.В.10 Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования и бизнес-процессов, Б1.Д.В.12 Маркетинг инноваций, Б1.Д.В.13 Электронные торговые площадки, Б1.Д.В.Э.1.1 Маркетинговое информационное пространство, Б1.Д.В.Э.1.2 Электронная коммерция, Б1.Д.В.Э.2.1 Интернет маркетинг, Б1.Д.В.Э.2.2 Реклама в социальных сетях, Б1.Д.В.Э.4.1 Промышленный маркетинг, Б1.Д.В.Э.4.2 Маркетинговое планирование и аудит, Б1.Д.В.Э.6.1 Маркетинг услуг, Б1.Д.В.Э.6.2 Маркетинг в торговле, Б2.П.В.П.1 Преддипломная практика, ФДТ.1 Бенчмаркинг и управление изменениями*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4-В-7 Знает методы организации и развития коммерческой деятельности ОПК-4-В-8 Способен применять методы управления технологическими и коммерческими процессами торговых предприятий ОПК-4-В-9 Владеет навыками проведения экономического,	<b>Знать:</b> основы организации коммерческой деятельности для развития новых направлений деятельности и организаций <b>Уметь:</b> выявлять и оценивать рыночные возможности нового товара или услуги; управлять технологическими и коммерческими процессами торговых предприятий

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	финансового и маркетингового анализа деятельности коммерческого предприятия	<b>Владеть:</b> методами экономического, финансового и маркетингового анализа для разработки бизнес-плана развития коммерческой деятельности предприятия

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>53,25</b>	<b>53,25</b>
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	18	18
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
<b>Самостоятельная работа:</b> - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - решение задач; - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям)	<b>90,75</b>	<b>90,75</b>
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>экзамен</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Концепция коммерческой деятельности	40	10	4		26
2	Бизнес-планирование и результаты коммерческой деятельности	36	8	6		22
3	Коммерческая деятельность предприятий оптовой и розничной торговли	34	8	4		22
4	Основы организации торгово-посреднических структур	34	8	4		22
	Итого:	144	34	18		92
	Всего:	144	34	18		92

### 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. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности и предпринимательства.

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. Услуга как объект коммерческой деятельности: понятие, виды услуг. Назначение услуг, их влияние на уровень доходов организации. Деньги как объект коммерческой деятельности.

## **Раздел 2. Бизнес-планирование и результаты коммерческой деятельности**

Общая структура бизнес-плана: резюме; описание предприятия и его окружение; описание продукта; анализ рынка, маркетинг и продажи; организационный план; план производства; финансовый план; экономическая и финансовая оценка эффективности; риски проекта, их минимизация и правовое обеспечение; календарный план реализации инвестиционного проекта; приложения.

Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, валовой доход, издержки обращения и прибыль. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров. 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.

## **Раздел 3. Коммерческая деятельность предприятий оптовой и розничной торговли**

Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности: определение, функции, факторы развития, емкость. Конъюнктура рынка: определение спроса и предложения на товарных рынках. Инфраструктура рынка товаров и услуг.

Определение оптовой торговли. Сущность и функции оптовых организаций. Виды предприятий оптовой торговли. Задачи и содержание коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий. Технологические и коммерческие операции в оптовой торговле. 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.

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. Технологические и коммерческие операции в розничной торговле. Понятие товарных запасов, их роль при формировании ассортимента в розничной торговле. Показатели, характеризующие товарные запасы. Управление товарными запасами.

## **Раздел 4. 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. Организация 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. Функции лизинга в экономике. Участники лизинговой сделки. Формы и виды лизинга. Лизинговый договор. Методика расчета лизингового платежа. Лизинг персонала.

### **4.3 Практические занятия (семинары)**

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Обсуждение основ научных знаний с научно-педагогическим работником	1
	1	Формирование схемы коммерческой деятельности	1
2	1	Изучение содержания уставных документов коммерческого предприятия	2
3	2	Обсуждение содержания бизнес-плана развития коммерческой	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		деятельности предприятия	
4	2	Расчет показателей эффективности экономической, финансовой и маркетинговой деятельности	2
5	2	Построение точки безубыточности	2
6	3	Расчет емкости и доли рынка	2
7	3	Обсуждение отличий в деятельности организаций оптовой и розничной торговли	2
8	4	Особенности проведения торгов	2
9	4	Деловая игра «Аукцион»	2
		Итого:	18

## 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). - Биб-лиогр.: 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 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

2 Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

3 Маркетинг услуг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

4 Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019, 2020.

5 Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016, 2017

6 Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019

7. Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

8. Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019.

9. Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. : ВИНИТИ, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020.

10. Экономические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017.

11. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.

## 5.4 Интернет-ресурсы

[www.marketing.spb.ru](http://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 «4p»

<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

1) Операционная система Windows

2) Пакет настольных приложений MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint

3) Программное обеспечение для маркетинговых исследований: «БЭСТ-Маркетинг» и «Маркетинг-аналитика» (электронная версия)

4) Профессиональные базы данных по исследованиям Европейского общества исследований в области маркетинга и общественного мнения (European Society of Marketing Research Professionals) – <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications>.

5) Информационная база данных Минэкономразвития РФ "Информационные системы Министерства в сети Интернет" - [www.economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/](http://www.economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/).

6) Профессиональная база данных и реестр рейтингов маркетинговых агентств, вузов и специалистов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) – <http://www.akarussia.ru/node/5025>.

7) КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2021. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: [\\fileserv1!\CONSULT\cons.exe](http://fileserv1!\CONSULT\cons.exe)

8) ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2021]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: [\\fileserv1\GarantClient\garant.exe](http://fileserv1\GarantClient\garant.exe)

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

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

## 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 оснащено компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.