Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.23 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
Очная

Год набора 2025

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.23 Коммерческая деятельность*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела _____ О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент _____ Н.В. Лужнова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____ _____ _____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг _____ О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ С.А. Бикмиллеева
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В., 2025
© ОГУ, 2025

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 предприятия;
- 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 необходимой для профессиональной деятельности общепрофессиональной компетенции.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.13 Экономическая теория, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.26 Основы предпринимательской деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.4 Маркетинговые коммуникации, Б1.Д.В.5 Маркетинговые исследования, Б1.Д.В.6 Стратегический маркетинг, Б1.Д.В.7 Организация рекламной деятельности, Б1.Д.В.8 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг, Б1.Д.В.9 Технология разработки проектирования концепции продукта, Б1.Д.В.10 Управление маркетинговыми проектами, Б1.Д.В.11 Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования и бизнес-процессов, Б1.Д.В.13 Маркетинг инноваций, Б1.Д.В.14 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.2 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-5 Знает методы организации и развития коммерческой деятельности ОПК-4-В-6 Способен применять методы управления технологическими и коммерческими процессами торговых предприятий	**Знать:** основы организации коммерческой деятельности для развития новых направлений деятельности и организаций **Уметь:** выявлять и оценивать рыночные

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		возможности нового товара или услуги; управлять технологическими и коммерческими процессами торговых предприятий **Владеть:** 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 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**180**	**180**
Контактная работа:	**69,25**	**69,25**
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- решение задач;* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям;* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения Moodle;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**110,75**	**110,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов		
		всего	аудиторная работа	внеауд. работа

			Л	ПЗ	ЛР	
1	Концепция коммерческой деятельности	50	10	10		30
2	Бизнес-планирование и результаты коммерческой деятельности	50	10	10		30
3	Коммерческая деятельность предприятий оптовой и розничной торговли	42	8	8		26
4	Основы организации торгово-посреднических структур	38	6	6		26
	Итого:	180	34	34		112
	Всего:	180	34	34		112

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 расчёта 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	2
2	1	Формирование схемы коммерческой деятельности	2
3	1	Изучение содержания уставных документов коммерческого предприятия	2
4	1	Обсуждение порядка открытия нового предприятия	2
5	1	Личные качества и компетенции предпринимателя	2
6	2	Обсуждение содержания бизнес-плана развития коммерческой деятельности предприятия	2
7, 8, 9	2	Решение задач на расчет показателей эффективности экономической, финансовой и маркетинговой деятельности	6
10	2	Решение задач на расчет точки безубыточности	2
11	3	Решение задач на расчет емкости и доли рынка	2
12	3	Обсуждение отличий в деятельности организаций оптовой и розничной торговли	2
13, 14	3	Оценка рыночных возможностей нового товара или услуги	4
15	4	Особенности проведения торгов	2
16, 17	4	Деловая игра «Аукцион»	4
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под ред. Л. П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 284 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720311 (дата обращения: 10.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05986-5. – Текст : электронный.

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 / [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. - Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/35087_20170303.pdf

3. 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. - Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/60113_20171205.pdf

5.2 Дополнительная литература

1. 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: 10.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04840-1. – Текст : электронный.

2. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 260 с. : табл. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720255 (дата обращения: 10.03.2025). – ISBN 978-5-394-05058-9. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

1 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

2 Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

3 Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2020, 2021, 2022, 2023, 2024

5 Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. : ВИНиТИ, 2020.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR
https://azconsult.ru/blog/ - все о маркетинге для малого бизнеса и фрилансеров
http://www.edu.ru - Российское образование. Федеральный портал.
http://rsl.ru/ - Российская государственная библиотека
http://www.rasl.ru - Библиотека Академии Наук. БАН
http://www.msu.ru/libraries/ - Научная библиотека МГУ
http://hse.ru/ - Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет
http://ecsocman.hse.ru/ - Научно-образовательный портал IQ ВШЭ
http://glossary.ru/ - Служба тематических толковых словарей
http:/www.businesspress.ru - статьи, пресс-релизы, новости, мероприятия, предложения, аналитика, консультации, интервью
http:/www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС

2 Пакет офисных приложений LibreOffice

3 Веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/

4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition

5 Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат. Структура 4.0». - Режим доступа: https://osu.antiplagiat.ru/

6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). - Режим доступа: https://osu.aistt.ru/

7 Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / Н.В. Лужнова, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. Дан. – Оренбург: ОГУ, 2025. – Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. - https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=630.

8 Университетская платформа для сопровождения процедуры проведения экзаменационных испытаний с использованием дистанционных образовательных технологий. – Режим доступа: https://exam.osu.ru/

9 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)

10 Профессиональная база данных, Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных организаций России, Национальный рейтинг эффективности коммуникационных агентств, Национальный рейтинг эффективности медиаагентств, Национальный рейтинг ивент-услуг, Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг, Рейтинг медиаагентсв АКАР/Sostav. - Режим доступа: https://www.akarussia.ru/node/9307

11 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

12 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

13 http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

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.

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