Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____Хагуров Т.А.
«___» _____ 2019г.

Б1.В.03 КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки:	**38.03.06 «Торговое дело»**
Направленность (профиль):	**Маркетинг в торговле**
Программа подготовки:	**академическая**
Форма обучения:	**заочная**
Квалификация (степень) выпускника:	**бакалавр**

Краснодар 2019

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1. Цель и задачи дисциплины

Настоящая Рабочая программа по курсу «Коммерческая деятельность» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программам подготовки бакалавров направления 38.03.06 «Торговое дело». **Цель дисциплины** – изучить и сформировать у студентов представление о коммерческой деятельности предприятий и организаций, направленной на доведение до потребителей материальных благ. Коммерческая деятельность охватывает движение товара от производителя, импортера через различного рода оптовые, сбытовые организации, посредников и т. д. к потребителю. Участниками торговой деятельности являются все организации, изготавливающие для реализации или участвующие в продвижении товара/услуги покупателям с целью удовлетворения спроса.

В условиях рынка появилась потребность в коммерческих работниках нового типа – инициативных, самостоятельных в принятии решений, предприимчивых, способных идти на оправданный риск. Без этих качеств нельзя успешно вести коммерческую работу. Кроме вышеперечисленных качеств необходимы и знания основ коммерческой деятельности.

Базовый курс «Коммерческая деятельность» дает возможность изучить коммерческую деятельность, ее сущность, содержание.

Задачи дисциплины:

- Овладеть знаниями о коммерческой деятельности;
- Изучить сущность и содержание деятельности в торговле;
- Понять роль торговли в обращении товаров и услуг и в целом прикладное значение коммерческой деятельности;
- Предоставить характеристики товаров и услуг как объектов коммерческой деятельности;
- Изучить виды субъектов торговой деятельности и факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности;
- Сформировать представление о коммерческой деятельности.

Изучение курса «Коммерческая деятельность» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг).

Учебный курс «Коммерческая деятельность» рассчитан на 180 часов учебного времени и предусматривает проведение лекционных (36 часов), практических (36 часов) и КСР (4 часов), а также самостоятельную подготовку (77 часов), заканчивается сдачей экзамена (26,7 часа).

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины образовательной программы бакалавриата направления «Торговое дело», программ «Маркетинг в торговле» и «Маркетинг услуг». Ее изучение запланировано во 2 семестре, 1 курса.

Дисциплина «Коммерческая деятельность» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах «Экономическая теория», «Основы бизнеса», «Малое предпринимательство», «Социальная психология и психология бизнеса». Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплин «Теоретические основы товароведения», «Математика», «Правоведение», «Мировая экономика». В свою очередь дисциплина «Коммерческая деятельность» является базой для изучения таких дисциплин как «Поведение потребителей», «Экономика организаций», «Маркетинг» и «Правовое регулирование профессиональной деятельности».

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных и профессиональных компетенций: ОК-2, ПК-2, ПК-6, ПК-7.

Конкретизация стандартных компетенций в курсе «Коммерческая деятельность»

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	**уметь**	**владеть**
ОК – 2	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	- основные понятия, цели, принципы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - основные экономические показатели при оценке результатов деятельности коммерческой организации.	- оценивать и анализировать финансовые возможности предприятия; - определять экономические показатели для оценки эффективности деятельности; - применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности.	- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности; - методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей.
ПК – 2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	- сущность управления коммерческой деятельностью предприятий; - виды, типы и функции торговых предприятий и управления торгово-технологическим процессом; - методологию проведения инвентаризации, принципы организации процессов хранения и складирования; - принципы учета и списывания потерь.	- ориентироваться в вопросах управления предприятием, в частности организацией торгово-технологического процесса; - применять методы сбора, обработки и анализа информации для организаций и управления коммерческой деятельностью; - определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов; - учитывать и списывать потери.	- умением применять принципы и методы управления торгово-технологическими процессами, в том числе трудовыми ресурсами; - методами сбора, обработки и анализа информации для организаций и управления коммерческой деятельностью; - методами проведения инвентаризации, организации процессов хранения, складирования, учета товаро-материальных ценностей и списывания потерь; - навыками определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.
ПК - 6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	- виды и формы делового общения в процессе коммерческой деятельности; - основные этапы и принципы подготовки и проведения переговоров и презентаций; - разновидности договоров, их сущность и условия заключения; - основные виды гарантийных обязательств по обеспечению исполнения договоров.	- осуществлять деловое общение, в частности публичные выступления, дискуссии, переговоры, проведение презентаций; - отстаивать собственную точку зрения при заключении договоров; - контролировать выполнение обязательств по договору.	- умением вести деловые переговоры, проводить презентации, дискуссии по выбранной тематике; - навыками заключения договоров, контроля за выполнением договорных обязательств.
ПК - 7	способность организовывать и пла-	- принципы организации и планирования	- планировать и осуществлять процесс материально-технического	- принципами организации и планирования процесса

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
	нировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	процесса материально-технического обеспечения; - показатели эффективности использования материально- технического обеспечения предприятия; - методы закупки и принципы продажи товаров.	обеспечения коммерческого предприятия; - формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать факторы, влияющие на формирование ассортимента; - осуществлять закупку и продажу товаров коммерческого предприятия.	материально-технического обеспечения; - навыками формирования ассортимента, оценки качества закупаемых товаров; - навыками расчета показателей эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия; - навыками организации эффективных продаж товарного ассортимента коммерческого предприятия.

2. Содержание и структура дисциплины

2.1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕТ (180 часов). Распределение трудоемкости в часах по видам учебной работы студента в семестре приведено в таблице.

Структура дисциплины по видам учебной работы

Вид работы		Семестр 1	Всего
Контактная работа, в том числе:		**76,3**	**76,3**
Аудиторные занятия (всего):		***72***	***72***
Занятия лекционного типа		36	36
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		36	36
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Иная контактная работа:		***4,3***	***4,3***
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего):		**77**	**77**
Проработка учебного (теоретического) материала		*22*	*22*
Подготовка к семинарским и практическим занятиям		*21*	*21*
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, подготовка к тестированию, деловой игре, кейсу)		*22*	*22*
Реферат, эссе		*12*	*12*
Подготовка к текущему контролю		-	-
Контроль:		**26,7**	**26,7**
Подготовка к экзамену		26,7	26,7
Общая трудоемкость	**час.**	**180**	**180**
	в том числе контактная работа	**76,3**	**76,3**
	зач.ед.	**5**	**5**

2.2. Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины приведены в таблице.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Основные понятия коммерческой деятельности	12	4	4	-	4
2	Объекты коммерческой деятельности	10	2	2	-	6
3	Субъекты коммерческой деятельности	10	2	2	-	6
4	Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие компаний	14	2	2	-	10
5	Организация управления коммерческой деятельностью предприятия	14	4	4	-	6
6	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности организации.	16	4	4	-	8
7	Закупки и поставки товаров в торговом предприятии	10	2	2	-	6
8	Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле	15	4	4	-	7
9	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	15	4	4	-	7
10	Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах	15	4	4	-	7
11	Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия	18	4	4	-	10
	Итого:	**149**	**36**	**36**	**-**	**77**

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

Перечень основных тем курса и распределение бюджета времени в соответствии с учебным планом специальности приведены в соответствующих разделах. Основными аудиторными формами являются лекционные, семинарские и практические занятия.

2.3.1 Занятия лекционного типа

Учебно-тематический план лекционных занятий по курсу «Коммерческая деятельность»

№ раздела	*Наименование раздела*	*Содержание раздела*	*Форма текущего контроля*
1	2	3	4

№ раз де ла	*Наименование раздела*	*Содержание раздела*	*Форма текущего контроля*
1	Основные понятия коммерческой деятельности	Сущность и содержание коммерческой деятельности; Торговля и её роль в обращении товаров	Контрольные вопросы
2	Объекты коммерческой деятельности	Характеристики товаров и услуг как объекта коммерческой деятельности; Классификация товаров и услуг;	Контрольные вопросы
3	Субъекты коммерческой деятельности	Юридическое лицо - как основной субъект коммерческой деятельности; Понятие участников торговой деятельности; Виды субъектов коммерческой деятельности.	Контрольные вопросы
4	Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие компаний	Факторы внешней среды торгового предприятия; Факторы внутренней среды предприятия.	Контрольные вопросы
5	Организация управления коммерческой деятельностью предприятия	Сущность управления коммерческой деятельностью; Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия; Материально-техническая база коммерческого предприятия.	Контрольные вопросы
6	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности организации.	Содержание исследования рынка товаров и услуг; Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования; Ценообразующие факторы и формирование цен на товары и услуги.	Контрольные вопросы
7	Закупки и поставки товаров в торговом предприятии	Выбор товаров и формирование ассортимента; Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения; Управление товарными запасами.	Контрольные вопросы
8	Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле	Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле; Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя; Организация оптовой торговли.	Контрольные вопросы
9	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	Особенности коммерческой деятельности в розничной торговой компании; Формирование и сбалансированность товарного ассортимента; Управление развитием целевых рынков товаров; Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей.	Контрольные вопросы
10	Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах	Формы торгово-посреднических структур; Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной сиситемы РФ; Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов.	Контрольные вопросы

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
11	Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия	Понятие эффективной деятельности коммерческого предприятия; Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализованной продукции; Система показателей эффективной деятельности коммерческой организации.	Контрольные вопросы

2.3.2 Занятия семинарского типа

На основе лекционного материала, изучения основной и дополнительной научной литературы студенты продолжают изучение дисциплины на практических занятиях. Практические занятия позволяют закрепить полученные на лекциях и при изучении учебной и научной литературы знания. Используются различные формы организации практических занятий: проведение коллоквиумов, подготовка эссе и рефератов, анализ ситуационных заданий и решение задач.

Учебно-тематический план практических занятий по курсу «Коммерческая деятельность»

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Основные понятия коммерческой деятельности	Инфраструктура бизнеса; Торговля и её роль в обращении товаров; История развития коммерческой деятельности в России.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ), Тест (Т)
2	Объекты коммерческой деятельности	Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческой деятельности; Формы риска участников сделок на рынке.	Контрольные вопросы, Тест (Т), Реферат (Р)
3	Субъекты коммерческой деятельности	Организационно-правовые формы торговых предприятий; Формы и отношения собственности в условиях рынка.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ), Тест (Т)
4	Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие компаний	Инструменты анализа факторов, влияющих на развитие предприятия. Внешние факторы и внутренние факторы. Микро и макросреда предприятия. PEST – анализ, SWOT – анализ как аналитические инструменты аудита деятельности компании.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ), Тест (Т)
5	Организация управления коммерческой деятельностью предприятия	Инвестиции как источник развития. Технологии процесса инвестирования; Управление и мотивация персонала в коммерческой организации.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ) Эссе (Э)

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
6	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности организации.	Качество и потребительская оценка товаров/улуг на рынке; Ценообразующие факторы и формирование цен на товары и услуги; Методы ценообразования.	Контрольные вопросы, Проектное задание (ПЗ)
7	Закупки и поставки товаров в торговом предприятии	Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения; Управление товарными запасами.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ), Тест (Т)
8	Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле	Кооперация в оптовой торговле; Товарно-ассортиментная политика и её составляющие; Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ) Эссе (Э)
9	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	Управление развитием целевых рынков товаров; Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей; Цели, задачи и содержание рекламы в организации коммерческой деятельности.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ) Эссе (Э)
10	Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах	Развитие коммерческо-посреднической деятельности; Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов.	Контрольные вопросы, Ситуационное задание (СЗ) Эссе (Э)
11	Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия	Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализованной продукции; Система показателей эффективной деятельности коммерческой организации.	Контрольные вопросы, Расчетно-графические задания (РГЗ), Тест (Т)

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия – не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы – не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Основные понятия коммерческой деятельности	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Издательско-торговая корпо-

№	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
		рация «Дашков и К°», 2017. - 284 с. : табл. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02270-8 ; То же [Эл. ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452588 - Бунеева, Раиса Ильинична. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник для студентов вузов / Р. И. Бунеева. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 350 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 344-346. - ISBN 9785222191132
2.	Объекты коммерческой деятельности	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Организация и правовое обеспечение бизнеса в России. Коммерция и технология торговли / Памбухчиянц О., Памбухчиянц В. – Изд. «Дашков и К», 2011; - Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с.: табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590
3.	Субъекты коммерческой деятельности	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Организация коммерческой деятельности / Иванов Г. – Изд. «Академия», 2010 - Бунеева, Раиса Ильинична. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник для студентов вузов / Р. И. Бунеева. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 350 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 344-346. - ISBN 9785222191132
4.	Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие компаний	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Беляевский, И.К. Организация коммерческой деятельности: учебно-практическое по-собие / И.К. Беляевский. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 272 с. - ISBN 978-5-374-00503-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90826 - Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 284 с. : табл. - (Сред-нее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02270-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452588
5.	Организация управления коммерческой деятельностью предприятия	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Организация и правовое обеспечение бизнеса в России. Коммерция и тех-нология торговли / Памбухчиянц О., Памбухчиянц В. – Изд. «Дашков и К», 2011; - Бунеева, Раиса Ильинична. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник для студентов вузов / Р. И. Бунеева. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 350 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 344-346. - ISBN 9785222191132
6.	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности организации.	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Беляевский, И.К. Организация коммерческой деятельности: учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 272 с. - ISBN 978-5-374-

№	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
		00503-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90826 - Организация коммерческой деятельности / Иванов Г. – Изд. «Академия», 2010
7.	Закупки и поставки товаров в торговом предприятии	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Интегрированное планирование цепей поставок: учебник для бакалавриата и магистратуры: учебник для студентов вузов / Пузанова, Ирина Алексеевна, Гос. ун-т управления. - Москва : Юрайт, 2014. - Беляевский, И.К. Организация коммерческой деятельности: учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 272 с. - ISBN 978-5-374-00503-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90826
8.	Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Денисова, Надежда Ивановна. Коммерческая деятельность предприятий торговли [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Н. И. Денисова. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2012. - 478 с. : ил. - Библиогр.: с. 474-476. - ISBN 9785977602068. - ISBN 9785160050546 - Организация и правовое обеспечение бизнеса в России. Коммерция и технология торговли / Памбухчиянц О., Памбухчиянц В. – Изд. «Дашков и К», 2011
9.	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Денисова, Надежда Ивановна. Коммерческая деятельность предприятий торговли [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Н. И. Денисова. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2012. - 478 с. : ил. - Библиогр.: с. 474-476. - ISBN 9785977602068. - ISBN 9785160050546 - Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Литвинюк, Александр Александрович ; Рос. гос. торгово-экономический ун-т. - Москва : Юрайт, 2015.
10.	Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с.: табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590 - Организация и правовое обеспечение бизнеса в России. Коммерция и технология торговли / Памбухчиянц О., Памбухчиянц В. – Изд. «Дашков и К», 2011
11.	Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия	- Учебно-методические указания по выполнению работ https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya - Рябов, Н.Н. Оценка эффективности коммерческой деятельности / Н.Н. Рябов. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 114 с.; То

№	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
		же [Эл. ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88279 - Бизнес-анализ с использованием Excel / Карлберг, Конрад ; [пер. с англ. и ред. В. Р. Гинзбурга]. - 4-е изд. - Москва [и др.] : Вильямс, 2014. - Правовые основы бизнеса / Сборник с практическими примерами – Изд «АСТ», 2011

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа,
– в форме аудиофайла,
– в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме,
– в форме электронного документа,
– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Коммерческая деятельность» ведущими формами обучения являются лекции, практические занятия, консультации в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

В соответствии с требованиями ФГБОУ ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лекционные занятия проводятся с использованием мультимедийной аппаратуры с целью наглядности восприятия излагаемого материала. Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях также осуществляется проверка выполнения заданий.

При проведении практических занятий участники готовят и представляют (с использованием программы Power Point) небольшие сообщения по наиболее важным теоретическим аспектам текущей темы, отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят: 1) поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме; 2) поиск и анализ научных статей, монографий по рассматриваемой теме; 3) подготовка реферативных обзоров; 4) подготовка презентации.

При освоении дисциплины в учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий, а именно:

- дискуссии;
- презентации;
- разбор практических задач и кейсов;
- интерактивное мультимедийное сопровождение.

Вышеперечисленные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего бакалавра, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения (ролевая игра), технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Текущая аттестация студентов проводится путем подготовки рефератов, эссе, проведения коллоквиумов, решения ситуационных заданий, тестов и задач.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Список примерных тем для рефератов и эссе (ОК-2, ПК-2, ПК-6, ПК-7)

1. Конкуренция как внутренний регулятор рыночной экономики.
2. Развитие конкуренции в секторе российской экономики.
3. Роль антимонопольного законодательства в развитии экономики.
4. Инфраструктура современного бизнеса.
5. Торговые посредники.

6. Роль инжиниринговых и консалтинговых фирм на рынке.
7. Информационная инфраструктура.
8. Оффшорное предпринимательство.
9. Деловая культура в бизнесе.
10. Виды конкуренции (ценовая, неценовая, совершенная, недобросовестная и др.).
11. Типы конкурентов. Выбор формы конкурентного поведения фирмы.
12. Конкуренция как внутренний регулятор рыночной экономики.
13. Понятие и виды рекламы.
14. Торговые посредники.
15. Товарная биржа и ее функции. Биржевые сделки.
16. Активные и пассивные банковские операции.
17. Инвестиционные фонды: типы, классификация.
18. Налоговая система: плательщики, принципы налогообложения, объекты налогообложения.
19. Прямые и косвенные налоги.
20. Фондовая биржа. Сделки на фондовой бирже.
21. Биржевые посредники.
22. Стратегия деловой активности.
23. Стратегическое планирование в бизнесе.
24. Деловая репутация в бизнесе.
25. Особенности развития российских и зарубежных торговых сетевых организаций.

Образец ситуационного задания (ОК-2, ПК-2, ПК-6, ПК-7)

Тема 4. Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие компаний
Кейс «Лианозовский молочный комбинат»

Лианозовский молочный комбинат был построен в 1987 г. для обеспечения Москвы молочными продуктами и планировался как планово-убыточное предприятие, причём одно из крупнейших в мире в своей отрасли. При проектной мощности в 2 тыс.т. молочной продукции в сутки максимальная величина выпуска в конце 80-х годов составляла только 1100 т. Качество продукции не выдерживало никакой критики: люди не успевали привезти молоко домой, а оно уже скисало. Уровень качества продукции предопределялся уровнем техники и технологии, которыми комбинат был изначально оснащен. Ассортимент продукции состоял из двух видов молока (стерилизованное в бутылках и в пакетах), сметаны, творога и кефира. Торговля велась при помощи металлических контейнеров, емкостью в 150 кг молочной продукции в одной партии. Чтобы довести производство до проектной мощности, увеличили численность работающих до 1900 человек. Уровень заработной платы на комбинате был самым низким по сравнению с мясомолочными предприятиями Москвы и составлял 60-70 руб. в месяц, что порождало воровство на предприятии. На балансе комбината находились объекты социальной сферы: детский сад и школа. В 1992 г. коллектив комбината пошел на приватизацию убыточного предприятия по второму варианту приватизации: 51% — коллективу; 29% — поставщикам сырья; 20% — Правительству Москвы. На момент приватизации на комбинате было средств на заработную плату только на 1,5 месяца и практически полностью отсутствовали оборотные средства.

Владимир Тамбов, генеральный директор Лианозовского молочного комбината, так описывает первые шаги по стабилизации ситуации на комбинате: «Первое, что сделали, конечно, наполовину сократили персонал. Другого выхода просто не было. Ну, был там у нас какой-то садик, я от него сразу избавился, вовремя. Школа еще какая-то была на балансе. Скинули это сразу. Городу передали».

Далее генеральный директор предпринял ревизию производственных фондов. «Выбросили все неэффективное оборудование по розливу в молочные бутылки, сдали в металлолом. Все равно его никто не мог купить — ни у кого не было денег, а потом оно ведь очень специфичное, мало кому нужно. Облегчили технологический процесс. Все, что нам мешало, мы выбросили и ушли, вырвались от этих пресловутых металлических контейнеров. Энергоемкость уменьшилась, водопотребление уменьшилось. Затраты упали в несколько раз. Если бы мы этого не сделали, все предприятие надо было бы просто останавливать. Самые большие оптимисты в то время прогнозировали, что наш комбинат сможет просуществовать полгода

максимум», — вспоминает Владимир Тамбов. Лианозовскому молочному комбинату была оказана поддержка административными и кредитными учреждениями Москвы. Комбинат взял небольшой кредит в Агропромбанке на закупку новой упаковки, вмещающей 12 л. молока и 9 кг творога. Московское правительство предоставило молочной отрасли существенную помощь: освободило комбинат от налогов в городской бюджет и поддержало его сырьем. В сельском хозяйстве тогда надои резко снизились и московские власти получали по линии гуманитарной помощи дешевое сухое молоко. Это позволило комбинату держать достаточно низкие цены на молоко по сравнению с другими продуктами, что помогло широким массам населения пережить шоковую терапию по крайней мере с молоком и кефиром. Продолжает генеральный директор Владимир Тамбов: «Итак, мы чуть-чуть стабилизировались, разобрались немножко в своем хозяйстве и легко увидели, что надо делать. Мы ведь неоднократно ездили на Запад и хорошо представляли, что там есть по нашей части. Мы поняли, что изобретать велосипед не стоит, люди уже придумали до нас, как делать качественно и хорошо. Понятно, что надо поставить какое-то оборудование, поднять качество продукции и увеличить ассортимент — мы это все знали, но денег не было». Однако комбинат их нашел. В 1993 г. комбинат перешел на обслуживание из Агропромбанка в Московский Сбербанк. Последний пошел на большой риск и выделил комбинату валютный кредит в 7 млн. долларов на выгодных финансовых условиях. Основные денежные вливания были сделаны в самые эффективные производства: стерилизацию молока, производство творога, йогуртов, а также в автоматизированную укладку всей продукции. Все это сопровождалось сокращением численности работающих при увеличении объемов выпуска продукции. Так, в 1991 г. комбинат производил 200 тыс. т. молочной продукции, в 1992 г. — 59 тыс. т. (наихудший показатель в истории комбината), в 1995 г. — около 180 тыс. т. Таким образом, выпуск продукции стал близок к доперестроечным объемам производства, но с совершенно другим качеством и ассортиментом. Если раньше говорили о 5-6 наименованиях, то в 1995 г. — около 60 наименований.

Крупнейшим акционером Лианозовского молочного комбината с 1994 г. стало АООТ «Wimm-Bill-Dann» (WBD). Продукция под этим же названием начала выпускаться с ноября 1992 г. Лианозовским комбинатом вследствие того, что WBD стало арендовать у комбината площади и оборудование. В том же 1994 г. Лианозовский комбинат приобрел один из основных пакетов АООТ WBD, когда была заявлена эмиссия на 20 млрд. руб. Говорит директор АООТ WBD по маркетингу Олег Кузьмин: «Сегодня налицо как бы взаимное владение друг другом. В чем суть такого перетока акций? В том, чтобы эти компании постоянно работали вместе, в связке, чтобы вместе развиваться и дальше». Данный стратегический альянс позволил создать ЗАО WBD, которое является торговой компанией, предназначенной для реализации молочных и других продуктов Лианозовского и ряда иных молочных заводов. Тем самым произошло отделение процесса производства от процесса реализации. Кроме того, концентрация финансовых ресурсов позволила альянсу успешно противостоять попытке стороннего инвестора скупить контрольный пакет Лианозовского комбината.

В 1995 г. комбинат пошел на шаг, о котором раструбили все московские газеты: комбинат снизил цену на молоко сразу на 20%. Говорит генеральный директор комбината Владимир Тамбов, он же президент АООТ WBD: «Мы держали цены ниже, чем на всех остальных молочных предприятиях города —в среднем на 10-20%. В целом по предприятию в 1994 г. рентабельность составила 9,2%, в 1995 г. будет где-то 11,6%. Прибыль? Небольшая — около миллиона долларов. Что мы еще делаем для увеличения своей доли на рынке? Первое — улучшение качества продукции. Например, мы намерены переоборудовать на комбинате производство йогуртов. Мы делаем хороший йогурт, но он не длительного срока хранения — пока нет возможности производить такие йогурты на имеющемся оборудовании. В 1996 г. в новую технологическую программу вложено от 15 до 18 млн. ам. дол. Второе — улучшение обслуживания покупателей, которые признают и покупают продукцию. Сегодня к нам на комбинат любой человек может приехать и взять любое количество молока, вплоть до коробочки».

Совместно с WBD в 1993 г. была предпринята первая попытка заняться производством соков. Полгода комбинат работал над производством соков с химическими добавками. После того как у комбината получилось эффективно работать с химическими добавками, были произведены закупки оборудования и технологические изменения, которые позволили производить около 250 т. натуральных соков ежедневно. При этом следует обратить внимание на тот факт, что когда делались расчеты по проекту производства первый раз, то получилось, что импорт выгоднее, чем собственное производство, оказавшееся убыточным. Но затем за счет технических новинок, которые были применены на комбинате, а также за счет концентрации финансовых ресурсов комбината и WBD удалось снизить стоимость продукции на 40% при

очень хорошем качестве. Производство соков в данный момент составляет треть объемов товарной продукции комбината. В настоящее время на комбинате действует четыре линии по розливу литровых соков и четыре линии по розливу объемом 200 мл. (с пластиковой трубкой). Все оборудование производства фирмы «Тетрапак», а поставщиком концентратов фруктового сока является крупная американская фирма «Каргилл». Говорит директор по маркетингу АООТ WBD Олег Кузьмин: «Почему в свое время были выбраны именно соки? Здесь сыграла свою роль и интуиция, но интуиция, исходящая из реальных обстоятельств. Сегодня средний уровень потребления соков в мире составляет 14-16 л. в год на человека, а в Западной Европе и США — 40 л. В нашей стране до недавнего времени было менее литра (сейчас, 3-4 л.). То есть емкость рынка у нас, в России, еще далеко не заполнена».

Ставка на соки оказалась выигрышной. В 1995 г. среднемесячные темпы роста объема производства и реализации соков составили 15-20%. Однако на рынке производства и продажи соков наблюдается жесточайшая конкуренция. Есть лидеры, чьи соки отличаются от лианозовских. Это относится прежде всего к итальянским сокам «Сантал», голландским «Джаффа», английским «Сан Прайд», а также соки отечественного производства – «Сокос», «Добрый», «Лебедянь» и другие.

Конкуренция предопределяет производственную и ценовую политику комбината: производить качественные и по себестоимости дорогие соки, но продавать их дешевле, чем стоит аналогичная продукция, импортируемая с Запада, но дороже венгерских и болгарских соков. В последние годы для максимального охвата рынка комбинат ввел новые, более дешевые торговые марки соков – «100% Gold», «Любимый сад». Производством соков Лианозовский комбинат занимается совместно с WBD, а реализация, как и в случае с молоком, полностью возложена на WBD.

Молочно-фруктовые проекты комбината не являются последними стратегическими шагами руководства. По их оценкам, комбинат совместно с WBD ежегодно может осваивать 2-3 крупных проекта. Реализуется овощной проект совместно с венгерским «Глобусом». Предполагается производить маринованные огурцы, зеленый горошек, кукурузу. Расширение сферы деятельности комбината, рост масштабов производства и увеличение финансовых потоков привело к созданию совместного руководства комбинатом и WBD. Все стратегические программы разрабатываются, финансируются и реализуются совместно. Раз в неделю собирается руководство комбината и WBD и решает текущие вопросы развития предприятий. Говорит генеральный директор комбината Владимир Тамбов: «Я считаю, что нам просто повезло: это счастье в наше время, когда партнеры — порядочные люди, которые не хотели и не хотят из комбината вытянуть деньги, а пришли вкладывать в него свои».

Вопросы к кейсу:

1. Проведите анализ ситуации на комбинате и определите сильные и слабые стороны его положения на рынке, потенциальные возможности и угрозы.
2. Определите стратегическую позицию комбината на стартовом этапе и дайте характеристику потенциальным направлениям дальнейшего развития комбината.
3. Какие цели вы бы поставили и какую бизнес-концепцию вы бы сформулировали для комбината исходя из его стартового положения? Какую стратегию вы бы разработали, если бы были на месте генерального директора, какие оперативные действия вы предприняли бы для стабилизации ситуации на комбинате? Какие действия вы бы спланировали для стабилизации и дальнейшего развития комбината?
4. Насколько ваша стратегия вывода комбината из кризиса совпала с реальными действиями генерального директора Владимира Тамбова? В чем совпадают ваши действия? Есть ли различия в целевых установках и в подходах к решению проблемы? Во всем ли вы согласны с действиями генерального директора?
5. Какая в текущий момент ситуация на Лионозовском комбинате?
6. Какими, по-Вашему мнению, наиболее значимыми конкурентными преимуществами обладает комбинат на сегодняшний день?

Тема 5. Организация управления коммерческой деятельностью предприятия
Кейс «Первый учитель Салман Кхан»

Академия Салмана Кхана устроена максимально просто. Она публикует короткие, в 10–20 минут, видеоролики, ликвидирующие пробелы в знаниях по самым разным наукам — от математики и биологии до истории искусств. Онлайновая библиотека уроков охватывает базовые программы школы и колледжа:

тут можно узнать, почему нельзя делить на ноль, послушать рассказ о главных действующих лицах Великой французской революции или посмотреть лекцию по основам кейнсианской экономики. Есть и курсы подготовки к различным тестам. Доступ к каждому из более чем 3,5 тыс. роликов открыт всем желающим; с 2010 года в них даже нет рекламы. Зарегистрировавшись на сайте Академии, можно воспользоваться дополнительными функциями: протестировать свои знания, распланировать индивидуальный график изучения материала, получить простейшую мотивацию в виде призовых очков и знаков отличия вроде «Знатока тригонометрии», которыми можно поделиться на Facebook.

В роли главного лектора выступает сам Салман Кхан: он записал свыше трех тысяч видеоуроков. При этом увидеть его в кадре невозможно: формат «учитель, доска, мел» в Академии Кхана практически под запретом. Зато каждый студент прекрасно знает голос основателя школы и его почерк, которым тот мелко исписывает черный фон цифрового планшета. Его дружелюбная манера вести уроки и способность объяснять сложное через простое завоевала симпатии множества студентов по всему миру. И их учителей: отдельные школы в США, Азии, Африке практикуют групповые уроки по лекциям Кхана, а преподаватели отслеживают с помощью сайта Академии успехи каждого обучающегося и всей группы. По урокам Кхана занимаются дети Билла Гейтса и учащиеся Африканской школы успеха в Гане.

Но гораздо важнее то, что Кхан делает не как преподаватель, а в качестве популяризатора дистанционного образования. Свое детище он видит как «первую в мире бесплатную виртуальную школу, в которой каждый человек сможет обучиться чему угодно» — и идет к этой цели семимильными шагами. На пожертвования, общая сумма которых уже перевалила за $16 млн, он вовсю нанимает дополнительных лекторов, совершенствует функционал сайта и осваивает новые пласты наук. Журнал Time в этом году отдал Кхану четвертую строчку в рейтинге ста самых влиятельных людей планеты, а российский инвестор Юрий Мильнер, недавно учредивший крупную премию по фундаментальной физике, считает Салмана «первым в мире учителем-суперзвездой».

Учитель по случаю

Между тем Салман Кхан даже не имеет педагогического образования — но к знаниям тянется с детства. Сын педиатра из Бангладеш и индийской эмигрантки, он был способным учеником в школьные годы, однако не смог добиться разрешения учителей окончить программу экстерном. После колледжа поступил в Новоорлеанский университет, где получил стипендию MIT; оттуда он вышел бакалавром математики, электротехники и компьютерных наук. А затем заработал степень магистра в Гарвардской бизнес-школе, после чего получил место аналитика в небольшом частном хедж-фонде.

Все изменилось в 2004 году, когда Кхан играл свадьбу. На торжество съехались родственники со всех штатов; среди них оказалась его двенадцатилетняя кузина Надя. «Моя сестренка всегда была внимательной, упорной и целеустремленной — к тому же круглой отличницей, — вспоминает Салман. — Она пожаловалась мне на проблемы с математикой и плохую оценку за последний тест. Я был удивлен: мне казалось, что со своим прекрасным потенциалом Надя станет выдающимся программистом или математиком».

Кхан согласился дополнительно позаниматься с кузиной: в семье считали, что у него «математические мозги». Девочка жила в Нью-Орлеане, а сам Кхан — в Бостоне, поэтому репетиторство пришлось перенести в онлайн. Главным инструментом учителя и ученицы стал блокнот Yahoo Doodle: в нем можно было в прямом эфире рисовать и делать заметки, которые видны обоим участникам беседы — словно на грифельной доске. Подтянув Надю до очередной «пятерки», Кхан начал получать аналогичные просьбы от других родственников. Вначале он попробовал организовывать обучающие конференции через Skype, но сил это отнимало много, а толку выходило мало. Затем по совету друга он записал одну из лекций на видео и выложил ее в ноябре 2006 года на YouTube.

«Помню, поначалу я посмеялся над советом, — признается основатель Академии. — Мне казалось, что YouTube годится лишь для того, чтобы смотреть на котов, играющих на рояле, и собак, катающихся на скейтборде, а никак не для организованного систематического обучения. Но оказалось, это не так. Теперь, три тысячи видеоуроков спустя, я сам удивляюсь, почему такая мысль не пришла мне в голову первому».

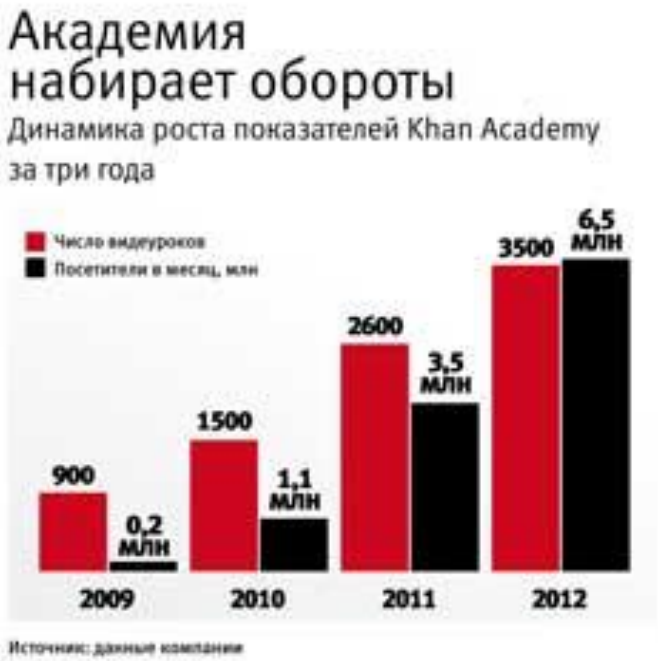
Кхан совмещал работу с репетиторством вплоть до сентября 2009 года, когда решил полностью посвятить себя некоммерческой Академии. Бюджет пришлось оставить более чем скромным: один компьютер, планшет со стилусом за 80 долларов и двадцатидолларовая программа для того, чтобы записывать

происходящее на экране планшета. Так продолжалось несколько месяцев: Кхан был сам себе программистом, лектором, деканом и спонсором. Сбережения подходили к концу, когда предприниматель неожиданно получил чек на $10 тысяч; это было самое крупное пожертвование за историю Академии. На нем стояла подпись Энн Доерр, жены знаменитого венчурного капиталиста Джона Доерра, сколотившего состояние на стартапах Кремниевой долины. После личной встречи Доерр выписала чек еще на $100 тысяч — и позаботилась, чтобы о начинании Кхана узнали щедрые благотворители.

О Кхане заговорили все. Два месяца спустя, в июле 2010-го, Билл Гейтс со сцены Фестиваля идей в Аспене объявил себя поклонником Академии Кхана и пожертвовал на ее развитие полтора миллиона долларов, со временем пообещав добавить еще четыре. Гранты посыпались как из ведра: Google перечислила на счет Академии два миллиона, три пришло от Рида Хастингса, главы сервиса по онлайновому прокату фильмов Netflix, еще пять — от фонда ирландского предпринимателя Шона О'Салливана. «Главная в этой истории — жена Кхана, — уверен Билл Гейтс. — Она согласилась на то, чтобы он ради авантюры бросил успешную работу».

Виртуальный Хогвартс

Обучение через Интернет — идея, лежащая на поверхности. По оценке Гуверовского института, к 2019 году онлайн будет преподаваться половина всех образовательных программ, причем большинство из них — на бесплатной основе. Гарвард запустил онлайновые курсы еще в 1997 году, Университет Райса — в 1999-м, Массачусетский технологический — в 2002-м. Самый многообещающий коммерческий стартап, Udacity, основан минувшей весной бывшим профессором компьютерных наук Стэнфордского университета Себастьяном Труном. На первый же его курс подписалось свыше 160 тысяч пользователей, а общий размер инвестиций к зиме 2012-го достиг $21 млн.



Впрочем, Кхан обходится сравнительно малыми силами (сейчас в штате Академии 37 сотрудников, большинство из которых — программисты) при гораздо более широкой аудитории. За последний год на сайте Академии Кхана побывали 45 млн человек, каждый месяц на него заходит 6,5 млн уникальных посетителей. Число просмотров видеоуроков за последние два года перевалило за двести миллионов. В Академии сложились команды учеников и преподавателей; вместе ее посетители решили свыше 750 миллионов задач и примеров — по два миллиона в день. Наработки Академии в качестве основного образовательного метода используют 20 тысяч преподавателей по всему миру. Стараниями волонтеров уроки Салмана Кхана переводятся на 24 языка, в том числе на китайский, суахили и русский.

Кхану удалось дать веский ответ на вопросы, ставшие камнем преткновения образовательной реформы в последние 15–20 лет: нужно ли внедрять технологические новшества в обучение, как это сделать, сколько это будет стоить. Согласно отчету Консульства по экономическим советам при президенте США, мировые расходы на образование достигли $3,9 трлн — примерно 5,6% ВВП планеты. Почти треть этой суммы — расходы США, хотя страна по-прежнему отнюдь не лидирует по качеству образования школьников и студентов. Как показывают тесты, каждый пятый пятнадцатилетний американец не получил базовых научных знаний, каждый четвертый не может использовать математические навыки в повседневной жизни.

«Образовательная система слишком жесткая и закоснелая, — считает Кхан. — Она заглушает природное любопытство детей. Учеба «от звонка до звонка» поощряет пассивность, угодливость системе. Дети не раскрывают свой потенциал. Небольшие частные школы тоже не панацея, они не показывают существенной разницы в результатах обучения. Снижение числа учащихся на одного преподавателя, на мой

взгляд, тоже не приносит успеха». Гораздо важнее, по мнению Кхана, величина полезного учебного времени — того времени на одного преподавателя, когда ученики действительно обретают знания. Видеоакадемия предоставляет персональный подход к обучению: лекции Кхана действительно напоминают занятия с добродушным родственником. Тем более что на типичного «ботаника» он походит слабо: в студенческие годы Кхан даже был участником группы, игравшей тяжелый металл.

Идеальная школа в его мечтах — что-то вроде Хогвартса: место, где можно раскрывать таланты детей и совмещать фундаментальные академические знания с играми или, например, сборкой роботов. В классе должно быть 75–100 учеников разного возраста, которые занимались бы с тремя–четырьмя учителями «широкого профиля». Кто-то работает за компьютером, кто-то изучает экономику, играя в настольные игры, кто-то разрабатывает мобильные приложения, кто-то лепит скульптуры. Самое важное — уйти от синхронности: нужно дать каждому ребенку возможность обучаться в удобном ему темпе, чтобы он мог полностью освоить одну тему, прежде чем перейти к другой. «Иначе получатся не знания, а швейцарский сыр с дырками», — утверждает Кхан.

Он не отрицает, что со временем может открыть не только виртуальную, но и реальную школу. Пока же основная его задача сводится к сбору денежных средств. Бюджет компании Khan Academy в этом году приблизился к $7 млн, а в следующем составит $10 млн. Летом Салман выпустил автобиографическую книгу «Школа на весь мир» — о том, как была создана Академия его имени — по сути, обращение к спонсорам и инвесторам. При столь обширной аудитории он мог бы легко перевести стартап на коммерческие рельсы, что регулярно советуют сделать независимые консультанты, но Кхан принципиален в решении оставить Академию бесплатной. Похоже, он решил разрушить еще один стереотип о том, каким должно быть качественное образование.

Вопросы к заданию:

1. Как развивается компания на данный момент?
2. Как вы относитесь к идее образования с Академии Салмона Кхана?
3. Какие плюсы и минусы дистанционного образования вы видите?
4. Какие ключевые фактора успеха компании вы видите?
5. Что делать дальше Салмону Кхану для дальнейшего развития своего бизнеса?
6. Может ли компания Салмона Кхана столкнуться с проблемой роста и в чем она может заключаться?

Пример контрольных заданий (тест)
(ОК-2, ПК-2, ПК-6, ПК-7)

Тема 4: Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности

1. Взаимосвязь торговой фирмы и рынка осуществляется следующим путем: фирма поставляет на рынок _____ в замен на _____, в свою очередь фирме от рынка необходима _____ и рынку от фирмы _____.
2. Коммерческие позиции фирмы на рынке складываются под влиянием:
   a) Внешней среды
   b) Внутренней среды
   c) Внешней и внутренней среды
   d) Другое _____
3. Внешняя среда состоит из:
   a) Микросреды
   b) Макросреды
   c) Микро и макросреды
   d) Внешнего окружения
4. В состав макросреды входят следующие компоненты:
   a) Экономическая среда
   b) Политическая среда

c) Научно-техническая среда
d) Экологическая среда
e) Военно-техническая среда
f) Культурная среда
g) Демографическая среда

5. Влияние компании на собственную макросреду является:
   a) Основополагающим
   b) Значительным
   c) Незначительным
   d) Нет влияния
   e) Другое _____

6. Микросреда состоит из следующих участников:
   a) Клиенты, конкуренты, посредники, госучреждения, неформальные группы, поставщики, финансовые институты;
   b) Конкуренты, клиенты, акционеры (собственники), финансовые институты, госучреждения, поставщики, посредники;
   c) Акционеры (собственники), клиенты, конкуренты, финансовые институты, образовательные институты, поставщики, конкуренты;
   d) Финансовые институты, государственные учреждения, конкуренты, клиенты, поставщики.

7. Влияние компании на собственную микросреду:
   a) Может влиять
   b) Не может влиять
   c) Оказывает незначительное влияние
   d) Оказывает значительное влияние
   e) Другое _____

8. PESTE – анализ является аналитическим инструментом, описывающим:
   a) Влияние на компанию факторов макросреды;
   b) Влияние на компанию факторов внутренней среды;
   c) Влияние на компанию факторов микросреды;
   d) Влияние на компанию факторов внешней среды
   e) Другое _____

9. Факторы внутренней среды компании
   a) Материально-техническое обеспечение, процессы, маркетинг и продажи, трудовые ресурсы, технологии, снабжение, финансы, менеджмент, репутация, информационные системы;
   b) Материально-техническое обеспечение, маркетинг и продажи, трудовые ресурсы, технологии, снабжение, финансы, менеджмент, репутация, информационные системы, экология;
   c) Процессы, маркетинг и продажи, снабжение, трудовые ресурсы, технологии, финансы, менеджмент, репутация, информационные системы, социальный пакет, экономика;

10. SWOT – анализ является инструментом анализа факторов, влияющих на развитие предприятия:
   a) Да
   b) Нет
   c) Другое _____

Примерный перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины (ОК-2, ПК-2, ПК-6, ПК-7)

1. Оптовая торговля: сущность, характерные формы, роль в цепочке распределения товара от производителя до потребителя;
2. Товарно-ассортиментная политика оптового предприятия;
3. Процесс формирования объема и структуры реализации товаров в оптовом предприятии;

4. Методы оптовой торговли со склада;
5. Розничная торговля: сущность, функции, задачи;
6. Виды реализации товара: эксклюзивное распределение, интенсивное распределение, избирательное распределение;
7. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента;
8. Факторы, влияющие на спрос;
9. Методы продажи в розничной торговле: через прилавок, по образцам, самообслуживание покупателей;
10. Элементы обслуживания покупателей в розничном предприятии.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Перечень примеров контрольных вопросов к экзамену
(ОК-2, ПК-2, ПК-6, ПК-7)

1. Сущность и содержание коммерческой деятельности;
2. Инфраструктура бизнеса;
3. Торговля и её роль в обращении товаров;
4. Характеристики товаров и услуг как объекта коммерческой деятельности;
5. Классификация товаров и услуг;
6. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческой деятельности;
7. Формы риска участников сделок на рынке;
8. Юридическое лицо - как основной субъект коммерческой деятельности;
9. Понятие участников торговой деятельности;
10. Виды субъектов коммерческой деятельности;
11. Организационно-правовые формы торговых предприятий;
12. Формы и отношения собственности в условиях рынка;
13. Факторы внешней среды торгового предприятия;
14. Факторы внутренней среды предприятия;
15. Инструменты анализа факторов, влияющих на развитие предприятия;
16. Сущность управления коммерческой деятельностью;
17. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия;
18. Материально-техническая база коммерческого предприятия;
19. Инвестиции как источник развития. Технологии процесса инвестирования;
20. Управление и мотивация персонала в коммерческой организации;

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1. Основная литература

1. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с.: табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590

2. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 284 с.: табл. - ISBN 978-5-394-02270-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452588

3. Бунеева, Раиса Ильинична. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник для студентов вузов / Р. И. Бунеева. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 350 с. - (Высшее образование). - ISBN 9785222191132 - 10 экз.

4. Половцева, Фаина Петровна. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник для студентов вузов / Ф. П. Половцева. - М. : ИНФРА-М , 2006. - 247 с. - (Высшее образование). - Библиогр. : с. 241-243. - ISBN 5160022740 – 10 экз.

5. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций [Текст]: [пособие] / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 208 с. - ISBN 9785160030685 – 16 экз.

*Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2. Дополнительная литература

1. Беляевский, И.К. Организация коммерческой деятельности: учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский. - Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 272 с. - ISBN 978-5-374-00503-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90826

2. Киселева, Елена Николаевна. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 191 с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр. : с. 187-188. - ISBN 9785955800813 – 1 экз.

3. Аббакумов, Вадим Леонардович. Бизнес-анализ информации. Статистические методы [Текст] : учебник / В. Л. Аббакумов, Т. А. Лезина. - [М.] : Экономика, 2009. - 374 с. - (Учебники экономического факультета СПбГУ). - Библиогр.: с. 373-374. - ISBN 9785282029185 – 15 экз.

4. Пузанова, Ирина Алексеевна. Интегрированное планирование цепей поставок [Текст] : учебник для бакалавриата и магистратуры : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.68 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / И. А. Пузанова ; [под ред. Б. А. Аникина] ; Гос. ун-т управления. - Москва : Юрайт, 2015. - 319 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр.: с. 317-319. - ISBN 978-5-9916-3835-7 – 11 экз.

5. Литвинюк, Александр Александрович. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / А. А. Литвинюк [и др.] ; Рос. гос. торгово-экономический ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. - 398 с. : ил. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 375-376. - ISBN 9785991636100 – 14 экз

6. Егоршин, Александр Петрович. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / А. П. Егоршин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 377 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 370-372. - ISBN 9785160060484 – 10 экз.

7. Киселева, Елена Николаевна. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - М. : Вузовский учебник, 2008. - 191 с. : ил. - (Вузовский учебник). - Библиогр. : с. 187-188. - ISBN 9785955800813 – 1 экз.

8. Осипова, Людмила Васильевна. Коммерческая деятельность на промышленном предприятии [Текст] : учебник для студентов вузов / Л. В. Осипова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : [ЮНИТИ-ДАНА] , 2005. - 254 с. : ил. - Библиогр. : с. 242-243. - ISBN 5238009402 – 10 экз.

5.3. Периодические издания

1. «Коммерсант»
2. «Бизнес-журнал»
3. Еженедельный журнал «Секрет фирмы»
4. Журнал «Компания»
5. Журнал «Профиль»
6. «Практический маркетинг»

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Портал новостей «Lenta ru». Режим доступа: http://www.lenta.ru/
2. Портал новостей «Ведомости». Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/var/bansrc/2010/bb3468.html
3. Портал новостей «Коммерсант. ru». Режим доступа: http://www.kommersant.ru/
4. Деловой портал http://rbc.ru/
5. www. marketing.al. ru Бизнес в сетях
6. www. marketing.spb. ru Энциклопедия маркетинга
7. «Управление магазином» Периодический журнал. Режим доступа: http://www.trademanagement.ru/
8. Рабочий инструмент ритейлера и поставщика http://www.retail.ru/
9. Новинки для ритейлера http://retailbooks.ru/

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Одним из главных методов изучения курса «Коммерческая деятельность» является самостоятельная работа студентов с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Цель самостоятельной работы – расширение кругозора и углубление знаний в области теории и практики бизнеса. Экономическая деятельность участников требует постоянного внимания к методологии и нововведениям в сфере коммерции, бизнес-взаимоотношений, отношений бизнеса и покупателей, что детерминирует необходимость постоянного отслеживания информации, публикуемой в периодической печати.

Самостоятельная работа бакалавра в процессе освоения дисциплины проявляется в двух аспектах и включает в себя:

1. ознакомление с текущей бизнес-средой по материалам периодической печати и их обсуждение на семинарах;
2. в дополнение к лекционному материалу необходима самостоятельная работа с учебной литературой для формирования фундаментальных знаний системного характера:

– изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
– работа с электронными учебными ресурсами (КОПР);
– изучение материалов периодической печати, Интернет - ресурсов;
– выполнение эссе, рефератов;
– подготовку к зачету;
– индивидуальные и групповые консультации.

Посещение лекционных и практических занятий является необходимым, но недостаточным условием для усвоения необходимых знаний по курсу «Коммерческая деятельность». Каждый студент должен индивидуально готовиться по темам дисциплины, читая конспекты лекций и рекомендуемую литературу, базовые определения, классификации, схемы и типологии. Внимательное чтение и повторение прочитанного помогает в полном объеме усвоить содержание темы, структурировать знания.

Важнейшим элементом самостоятельной работы является подготовка к проведению деловой игры. Этот вид самостоятельной работы позволяет углубить теоретические знания и расширить практический опыт студента, его способность генерировать собственные идеи, умение выслушать альтернативную точку зрения, аргументированно отстаивать свою позицию, сформировать командные навыки принятия решений.

Тестирование студентов по пройденному материалу является одной из самых действенных и популярных способов проверить знания в изучаемой области. Тесты позволяют очень быстро проверить наличие знаний у студентов по изученной теме. Кроме того, тесты не только проверяют знания, но и тренируют внимательность, усидчивость и умение быстро ориентироваться в освоенном материале. При подготовке к решению тестов необходимо проработать основные категория и понятия дисциплины, обратить внимание на ключевые вопросы темы.

Подготовка реферата (презентации) проводится с целью закрепления теоретических основ и проверки знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, выработки умения под-

бирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

Темы для самостоятельного изучения

1. История развития коммерческой деятельности в России;
2. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран;
3. Особенности развития российских и зарубежных торговых сетевых организаций.
4. Конкуренция как важный фактор успешного развития компании;
5. Виды, формы и методы конкурентной борьбы.

Формы контроля за выполнением самостоятельной работы

Текущий контроль знаний студентов осуществляется в процессе обучения путем проверки результатов контрольных работ и выполнения кейсов.

Участие в проводимых формах контроля в течение семестра является обязательным для всех студентов. Результаты данного контроля – составная часть оценки знаний студента в ходе итогового контроля в форме экзамена.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

8.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения

При проведении занятий лекционного типа используется технология мультимедиапрезентаций, включающая текстовые, графические материалы и видеоматериалы по курсу. При проведении занятий по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.2. Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа http://uisrussia.msu.ru/
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)/
3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа http://www.biblioclub.ru/ . Доступна версия сайта для слабовидящих.
4. Электронная библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа http://www.book.ru/. Доступна версия сайта для слабовидящих
5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа http://www.biblio-online.ru/. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа http://e.lanbook.com/ . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа http://lib.myilibrary.com .

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н. 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности - ауд. 201а
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (206А), аудитории 202А, 210Н, А216Н)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

10. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В процессе изучения дисциплины используются современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы, находящиеся в режиме свободного доступа. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется.

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем, используемых в процессе преподавания дисциплины

	Наименование электронного ресурса	Ссылка на электронный адрес
1.	Базы данных Министерства экономического развития и торговли РФ	http://economy.gov.ru
2.	Базы статистических данных Росстата	http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
3.	Консультант Плюс – справочная правовая система. Доступ к СПС Консультант Плюс предоставляется в Зале доступа к электронным ресурсам и каталогам (к. А 213 библиотечный корпус), class@lib.kubsu.ru	http://www.consultant.ru/
4.	Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals)	https://www.esomar.org
5.	Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы	https://www.restko.ru/
6.	База данных исследований Центра стратегических разработок	https://www.csr.ru/issledovaniya/
7.	База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН	http://www2.viniti.ru/
8.	Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных	www.rusnano.com
9.	База данных Федерального института промышленной собственности	www.fips.ru
10.	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия)	http://uisrussia.msu.ru/
11.	Базы данных компании «Ист Вью»	http://dlib.eastview.com

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины

«Коммерческая деятельность»,

разработанную для направления «Торговое дело»,

профилей «Маркетинг в торговле», «Маркетинг услуг»

преподавателем кафедры маркетинга и торгового дела Чекашкиной Н.Р.

В представленной рабочей программе соблюдены все требования, предъявляемые к программе обучения бакалавров. В частности:

1. Цели освоения дисциплины в соответствии с примерной программой учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» для направления «Торговое дело», которые заключаются в изучении и формировании у студентов представления о коммерческой деятельности предприятий и организаций, направленной на доведение до потребителей материальных благ. Курс «Коммерческая деятельность» рассматриваются сущность и особенности предпринимательского бизнеса в рыночной экономике; рассматривает товародвижение от производителя, импортера, через, различного рода, оптовые, сбытовые организации, посредников и т. д. к потребителю с целью удовлетворения спроса, выявляются ключевые факторы успеха на успешных примерах современных компаний.
2. Структура и содержание дисциплины также соответствуют необходимым требованиям, в частности указан объем учебной дисциплины (общая трудоемкость 180 часов) и виды учебной работы по часам, указана форма контроля по учебному плану (форма контроля – экзамен). Содержание самостоятельной работы представлено формой работы с Интернет-ресурсами.
3. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение программы содержит необходимый перечень основной

литературы, ресурсов Интернет, а также перечень оборудования и технических средств обучения.

Заключение: рабочая программа может быть рекомендована к использованию для обеспечения основной образовательной программы по направлению «Торговое дело».

Рецензент:

Доктор экономических наук, профессор

кафедры «Мировая экономика и менеджмент»

ФГБОУ ВО «Куб.ГУ» О.В.Никулина

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
для подготовки студентов направления «Торговое дело»
профилей «Маркетинг в торговле», «Маркетинг услуг»,
разработанную преподавателем кафедры маркетинга и торгового дела
Чекашкиной Н.Р.,

Данная рабочая программа представляет собой программу для преподавания дисциплины «Коммерческая деятельность» в высшем учебном заведении для студентов по направлению «Торговое дело», независимо от формы обучения.
Программа построена грамотно в соответствии с современными тенденциями рыночной экономики. Программа по курсу «Коммерческая деятельность» отвечает современным требованиям к обучению и практическому овладению методами оценки и прогнозирования коммерческой деятельности предприятия; навыками применения методов менеджмента в профессиональной деятельности. Программа предоставляет студентам базу для изучения вопросов управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом. Студенты овладевают методами для оценки бизнес-среды; методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей; методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся.

В программе учтена специфика учебного заведения, направления и программы подготовки, отражена практическая направленность курса.

Таким образом, данная рабочая программа может быть рекомендована для планирования работы и преподавания указанной дисциплины по дневной и заочной формам обучения студентов по направлению подготовки «Торговое дело».

Рецензент:
Директор ООО «Фабрика джемов KF» В.А.Верещагин