

**Аннотация по дисциплине**  
**Б1.В.03 КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Для программы подготовки бакалавров «Маркетинг в торговле», «Маркетинг услуг»  
направления 38.03.06 «Торговое дело»

**Объем трудоемкости:** 5 зачетных единиц (180 часов, из них 76,3 часа аудиторной нагрузки: лекционных 36 часов, практических 36 часов, КСР – 4 часа, ИКР – 0,3; 77 часов самостоятельной работы; экзамен – 26,7 часов).

**Целью дисциплины** является 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.

**Задачами** учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» являются:

- 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.

**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».

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, цели, принципы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;</li> <li>- основные экономические показатели при оценке результатов деятельности коммерческой организации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать и анализировать финансовые возможности предприятия;</li> <li>- определять экономические показатели для оценки эффективности деятельности;</li> <li>- применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности;</li> <li>- методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей.</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность управления коммерческой деятельностью предприятий;</li> <li>- виды, типы и функции торговых предприятий и управления торгово-технологическим процессом;</li> <li>- методологию проведения инвентаризации, принципы организации процессов хранения и складирования;</li> <li>- принципы учета и списывания потерь.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в вопросах управления предприятием, в частности организацией торгово-технологического процесса;</li> <li>- применять методы сбора, обработки и анализа информации для организаций и управления коммерческой деятельностью;</li> <li>- определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов;</li> <li>- учитывать и списывать потери.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умением применять принципы и методы управления торгово-технологическими процессами, в том числе трудовыми ресурсами;</li> <li>- методами сбора, обработки и анализа информации для организаций и управления коммерческой деятельностью;</li> <li>- методами проведения инвентаризации, организации процессов хранения, складирования, учета товароматериальных ценностей и списывания потерь;</li> <li>- навыками определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.</li> </ul>
ПК - 6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и формы делового общения в процессе коммерческой деятельности;</li> <li>- основные этапы и принципы подготовки и проведения переговоров и презентаций;</li> <li>- разновидности договоров, их сущность и условия заключения;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять деловое общение, в частности публичные выступления, дискуссии, переговоры, проведение презентаций;</li> <li>- отстаивать собственную точку зрения при заключении договоров;</li> <li>- контролировать выполнение обязательств по договору.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умением вести деловые переговоры, проводить презентации, дискуссии по выбранной тематике;</li> <li>- навыками заключения договоров, контроля за выполнением договорных обязательств.</li> </ul>

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
		- основные виды гарантийных обязательств по обеспечению исполнения договоров.		
ПК - 7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	- принципы организации и планирования процесса материально-технического обеспечения; - показатели эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия; - методы закупки и принципы продажи товаров.	- планировать и осуществлять процесс материально-технического обеспечения коммерческого предприятия; - формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать факторы, влияющие на формирование ассортимента; - осуществлять закупку и продажу товаров коммерческого предприятия.	- принципами организации и планирования процесса 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.

### 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	14	4	4	-	6
2	Объекты коммерческой деятельности	10	2	2	-	6
3	Субъекты коммерческой деятельности	10	2	2	-	6
4	Коммерческое предприятие. Факторы, определяющие развитие компаний	10	2	2	-	6
5	Организация управления коммерческой деятельностью предприятия	15	4	4	-	7

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоя-тельная ра-бота
			Л	ПЗ	ЛР	
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	16	4	4	-	8
9	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	16	4	4	-	8
10	Организация коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах	16	4	4	-	8
11	Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия	16	4	4	-	8
	<b>Итого:</b>	<b>149</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>77</b>

**Курсовые проекты или работы:** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: презентации по всем темам.

**Вид аттестации:** Экзамен

#### **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.

**Автор:** Чекашкина Н.Р., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»