

Аннотация по дисциплине
Б1.О.11 ТОРГОВО-КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Для программы подготовки бакалавров
«Электронная коммерция и интернет-маркетинг»
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц (180 часов, из них:
для ОФО - 68 часов аудиторной нагрузки: лекционных 34 часа, практических 34 часа, КСР – 8 часов; 68 часов самостоятельной работы; экзамен – 35,7 часов;
для ОЗФО - 48 часов аудиторной нагрузки: лекционных 24 часа, практических 24 часа, КСР – 8 часов; 88 часов самостоятельной работы; экзамен – 35,7 часов).

Цель дисциплины – изучить и сформировать у студентов представление о торгово--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 в целом, так и овладение знаниями в сфере электронной коммерции.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области розничной торговли, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- Овладеть знаниями о коммерческой деятельности;
- Изучить сущность и содержание коммерческой 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 торгово-коммерческой деятельности;
- Сформировать представление о коммерческой деятельности;
- Сформировать знания и навыки в сфере электронной коммерции.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к базовой части Блока 1 Дисциплины Дисциплина «Торгово-коммерческая деятельность» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на первом курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Коммерческая деятельность» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и коррелирует с дисциплинами «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**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах.	<ul style="list-style-type: none"> - научится использовать знания экономической теории и менеджмента коммерческого предприятия для решения административных, торгово-технологических, торгово-экономических задач с целью достижения и поддержания сильных конкурентных позиций на отраслевом рынке.
ИОПК-1.2. Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы предпринимательской деятельности; - сущность и значение торгово-коммерческой деятельности; - организационные принципы построения торгового предприятия; - основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы торгово-коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий; - виды, типы функции торговых предприятий и сущность управления торгово-технологическим процессом; - организацию труда и управление персоналом в коммерческом предприятии; - основные экономические показатели при оценке результатов деятельности коммерческой организации; - принципы управления торгово-технологическим процессом; - особенности организации торгово-технологического процесса в зависимости от формата торговли (онлайн и оффлайн среде); - принципы управления и администрирования коммерческой деятельности организации.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать и анализировать финансовые возможности предприятия; - применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели для оценки эффективности деятельности; - ориентироваться в вопросах управления торгово-коммерческого предприятия; его материальными ресурсами, финансами, персоналом; - применять методы сбора, хранения, обработки информации для организации и управления коммерческой деятельностью; - ориентироваться в хозяйственных ситуациях, понимать их сущность и причины проявлений в коммерческой деятельности коммерческого предприятия.
	<p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - терминологическим аппаратом для понимания теоретических основ торгово-коммерческой деятельности; - теоретическими основами экономической науки, пониманием значения экономических показателей для определения эффективной деятельности; - методами обработки и анализа информации; - принципами обеспечения информационной безопасности коммерческого предприятия; - умением воспринимать сущностные основы, принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности.
<p>ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов.</p>	<p>- научиться анализировать, обоснованно разъяснять текущее экономическое положение коммерческого предприятия, разрабатывать собственные предложения по повышению эффективности торгово-коммерческой деятельности предприятия посредством использования инструментов анализа и публичной презентации.</p>
<p>ИОПК-3.2. Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономические показатели деятельности торгово-коммерческого предприятия; - общую теорию статистики, статистические методы анализа коммерческой деятельности, складских запасов и товарооборота; - методы анализа и оценки эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия); - принципы формирования услуги в торгово-коммерческой деятельности;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>- сущность организации каналов распределения в цепочке продвижения товара к потребителю посредством взаимодействия с внутренними исполнителями и внешними партнерами.</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия; - применять методы обработки и анализа информации МИС для управления коммерческой деятельностью торгового предприятия; - применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности; - анализировать маркетинговую среду торговой организации и конъюнктуру рынка; - анализировать эффективность организации технологических процессов на коммерческом предприятии; - анализировать систему внутренней коммуникации между сотрудниками торгово-коммерческого предприятия. <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами стратегического анализа эффективности деятельности торгового предприятия; - умением применять принципы и методы менеджмента торговым предприятием в профессиональной деятельности; - умением найти, получить и проанализировать коммерческую информацию, необходимую для выявления реального положения системы организации торговой деятельности коммерческого предприятия; - навыками презентации проведенного анализа торгово-коммерческой деятельности и разработки предложений по улучшению хозяйственной ситуации на предприятии.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (на 1 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы торгово-коммерческой деятельности предприятия	10	2	2	-	6
2	Коммерческое предприятие: факторы внешней среды, определяющие развитие компаний	10	2	2	-	6
3	Организация управления торгово-коммерческой деятельностью предприятия	10	2	2	-	6
4	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности торговой организации.	10	2	2	-	6
5	Закупки и поставки товаров в деятельности торгового предприятия	14	4	4	-	6
6	Основы организации коммерческой деятельности в оптовой торговле	10	2	2	-	6
7	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	10	2	2	-	6
8	Коммерческая деятельность в торгово-посреднических структурах	10	2	2	-	6
9	Электронная коммерция: характеристики и особенности организации коммерческой деятельности в цифровой среде	20	4	8	-	8
10	Электронные платежные системы: инструменты, виды, характеристики	10	4	2	-	4
11	Информационная безопасность в цифровой среде	8	4	2	-	2
12	Анализ и оценка торгово-коммерческой деятельности торгового предприятия	14	4	4	-	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	136	34	34	-	68
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	180			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (на 1 курсе) (очно-заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы торгово-коммерческой деятельности предприятия	10	2	2	-	6
2	Коммерческое предприятие: факторы внешней среды, определяющие развитие компаний	12	2	2	-	8
3	Организация управления торгово-коммерческой деятельностью предприятия	10	2	2	-	6
4	Исследования рынка как необходимый инструмент эффективной деятельности торговой организации.	12	2	2	-	8
5	Закупки и поставки товаров в деятельности торгового предприятия	12	2	2	-	8
6	Основы организации коммерческой деятельности в оптовой торговле	10	2	2	-	6
7	Организация коммерческой деятельности в розничной торговле	10	2	2	-	6
8	Коммерческая деятельность в торгово-посреднических структурах	10	2	2	-	6
9	Электронная коммерция: характеристики и особенности организации коммерческой деятельности в цифровой среде	16	2	2	-	12
10	Электронные платежные системы: инструменты, виды, характеристики	12	2	2	-	8
11	Информационная безопасность в цифровой среде	10	2	2	-	6
12	Анализ и оценка торгово-коммерческой деятельности торгового предприятия	12	2	2	-	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	136	24	24	-	88
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	8			-	
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3			-	
	Подготовка к текущему контролю	35,7			-	
	Общая трудоемкость по дисциплине	180			-	

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

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

Вид аттестации: Экзамен

Учебная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474772>

2. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник : [16+] / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. — 2-е изд., перераб. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 400 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495757> (дата обращения: 16.08.2021). — ISBN 978-5-394-02531-0. — Текст : электронный.

3. Электронная торговля: учебник : [16+] / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 150 с. : ил., табл. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300> (дата обращения: 16.08.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-04172-3. — Текст : электронный.

4. Мезенцева, О. В. Экономический анализ в коммерческой деятельности : учебное пособие / О. В. Мезенцева, А. В. Мезенцева ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. — 233 с. : ил., табл., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275813> (дата обращения: 16.08.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-7996-1247-4. — Текст : электронный.

5. Беляевский, И. К. Организация коммерческой деятельности: учебно-практическое пособие / И. К. Беляевский. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 272 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90826> (дата обращения: 16.08.2021). — ISBN 978-5-374-00503-5. — Текст : электронный.

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