

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 03.10.2023 11:27:37
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет экономики и управления



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
экономики и управления
П.А. Аркатов
« » 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Коммерческая деятельность предприятия
(организации)**

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Профиль
Экономика и финансы предприятий

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
очная

Москва, 2020 г.

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине.....	3
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3.	Структура и содержание дисциплины.....	4
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	4
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	5
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	8
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	11
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	11
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	11
4.2.	Основная литература	11
4.3.	Дополнительная литература	11
4.4.	Электронные образовательные ресурсы.....	12
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	12
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	12
5.	Материально-техническое обеспечение	12
6.	Методические рекомендации	12
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	12
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	13
7.	Фонд оценочных средств	15
7.1.	Методы контроля и оценивания результатов обучения.....	15
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения.....	16
7.3.	Оценочные средства	17

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель освоения дисциплины обучение современного бакалавра понятиям, закономерностям, взаимосвязям и показателям коммерческих процессов функционирования организаций (предприятий) в условиях рыночных отношений.

Задачи дисциплины

- дать знания об основных категориях, понятиях, показателях и методиках их расчета применительно к коммерческой деятельности предприятия;
- сформировать умения и навыки в области овладения методами и способами поиска, анализа, оценки и систематизации экономической информации, необходимой для расчет показателей коммерческой деятельности предприятия;
- сформировать умения и навыки в области овладения методами и способами выбора, обоснования и расчета социально-экономических показателей, необходимых для обоснования выводов о состоянии процессов коммерческой деятельности организации(предприятий);
- сформировать умения и навыки в области овладения методами и способами анализа и оценки состояния процессов коммерческой деятельности предприятий

Обучение по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции	Результаты освоения ОП Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4	Способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные способы и формы организационно-управленческих решений в экономической деятельности; • специальные способы и формы организационно-управленческих решений в экономической деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор организационно-управленческих решений, необходимых для реализации экономической деятельности, и оценивать результаты принятых решений с возможностью их изменений; • осуществлять выбор оптимального организационно-управленческого решения, необходимого для реализации экономической деятельности, и критически оценивать результаты принятых решений с возможностью их изменений;

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками и методами принятия и реализации выбранных организационно-управленческих решений в экономической деятельности • практическими навыками изменения применяемого организационно-управленческого решения в соответствии с изменениями в условиях осуществления экономической деятельности
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Введение в проектную деятельность
- Основы менеджмента;
- Экономическая теория;
- Управление жизненным циклом организации

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

- Налоговое администрирование
- Инвестиционный менеджмент
- Финансовый менеджмент;
- Преддипломная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			5	-
1.	Аудиторные занятия	72	72	-
	в том числе:			
1.1	Лекции	36	36	-
1.2	Семинарские/ практические занятия	36	36	-
1.3	Лабораторные занятия	-	-	-
2.	Самостоятельная работа	72	72	-
	в том числе:			
2.1	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	24	24	-
2.2	Подготовка к тестированию	24	24	-

2.3	Самостоятельное решение задач	24	24	-
	Промежуточная аттестация			
	зачет/ диф. зачет/ экзамен		Зачет	-
	Итого	144	144	-

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

п/п	Разделы/ темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.	Тема 1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг	9	2	-	-	-	7
2.	Тема 2. Содержание коммерческой деятельности	15	4	4	-	-	7
3.	Тема 3. Организация изучения покупательского спроса	15	4	4	-	-	7
4.	Тема 4. Методология исследования товарных рынков	15	4	4	-	-	7
5.	Тема 5. Формирование ассортимента товаров	15	4	4	-	-	7
6.	Тема 6. Организация хозяйственных связей и договорной работы	15	4	4	-	-	7
7.	Тема 7. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам	15	4	4	-	-	7
8.	Тема 8. Коммерческая деятельность по оптовой и розничной продаже товаров	15	4	4	-	-	7
9.	Тема 9. Рекламно-информационная деятельность организации	15	4	4	-	-	7
10.	Тема 10. Анализ и оценка коммерческой деятельности	17	2	4	-	-	9
	Итого	144	36	36	-	-	72

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

Понятие и цель коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в условиях формирования рыночной экономики. Сущность, принципы и функции коммерческой деятельности. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях. Коммерческая служба организации: структура, функции, взаимосвязь с другими подразделениями. Роль и задачи специалистов коммерческих служб в улучшении качества товаров, обновлении их ассортимента, повышении культуры обслуживания покупателей. Требования к коммерческому работнику: личностные, профессиональные. Использование передового отечественного и зарубежного опыта в повышении эффективности коммерческой деятельности.

Тема 2. Содержание коммерческой деятельности

Место коммерческой деятельности во внешней среде. Объекты, субъекты коммерческой деятельности и их характеристика. Основные элементы коммерческой деятельности: исследование рынка; изучение покупательского спроса; определение потребности в товарах; формирование конкурентоспособного ассортимента; управление товарными запасами; закупочная и договорная работа; рекламно-информационная деятельность. Взаимосвязь между элементами коммерческой деятельности и внешней средой. Общая структура коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на состояние рынка товаров и услуг: демографические, экономические, природно-климатические, бытовой и потребительской культуры, научно-технические, политико-правовые, социального настроения в обществе и другие, их характеристика. Информационное обеспечение коммерческой деятельности: понятие, требование к информации, роль в коммерческой деятельности организации, задачи. Источники получения информации и их классификация. Информация о покупателях и мотивах покупок, требованиях рынка, конкурентной среде и конкурентах, потенциальных возможностях организации и др. Современные информационные технологии и их роль в создании качественно нового уровня информационного обеспечения коммерческой деятельности. Коммерческая тайна: понятие и правовые основы, организация работы с информацией, составляющей коммерческую тайну. Защита конфиденциальной информации и коммерческой тайны.

Тема 3. Организация изучения покупательского спроса

Задачи и цели изучения потребностей населения. Понятие покупательского спроса. Макро- и микроспрос. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач. Содержание процесса изучения покупательского спроса. Факторы, влияющие на покупательский спрос, и их характеристика. Виды покупательского спроса и их характеристика: удовлетворенный (реализованный), неудовлетворенный, формирующийся. Классификация покупательского спроса в зависимости от характера возникновения потребности в покупке, степени повторяемости, частоты предъявления, степени распространения и др. Особенности формирования спроса покупателей на различные товары (продукцию), их учет в коммерческой работе организаций. Методы изучения реализованного, неудовлетворенного и формирующегося спроса. Особенности изучения спроса оптовых покупателей. Виды прогнозов и методов прогнозирования покупательского спроса. Конъюнктура рынка: понятие, задачи, цели ее изучения. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка. Организация работы по изучению и прогнозированию покупательского спроса и конъюнктура рынка.

Тема 4. Методология исследования товарных рынков

Теоретические аспекты исследования товарных рынков. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса. Методологические особенности изучения и прогнозирования спроса. Методологические подходы к исследованию рынков закупки и сбыта.

Тема 5. Формирование ассортимента товаров

Понятие и виды ассортимента товаров. Признаки классификации товаров. Показатели, характеризующие торговый ассортимент товаров. Политика государства по насыщению рынка товарами отечественного производства. Ассортиментная политика субъектов хозяйствования: понятие, сущность, задачи. Элементы ассортиментной политики субъектов

хозяйствования. Порядок (этапы) разработки ассортиментной политики организации. Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров организации, их классификация, характеристика. Формирование ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Принципы формирования ассортимента объекта торговли и их характеристика. Содержание, процесс формирования ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Особенности формирования торгового ассортимента в магазинах различных типов и специализаций. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам: сущность, преимущества, признаки группировки товаров в потребительские комплексы. Классификация потребительских комплексов. Особенности формирования ассортимента товаров в организациях оптовой торговли. Организация контроля за состоянием ассортимента товаров: цель, показатели и их расчет, использование в процессе анализа и оценки коммерческой деятельности организации. Ассортиментные перечни товаров: понятие, порядок разработки и утверждения, контроль за соблюдением. Управление товарными запасами: значение, основные элементы и их характеристика. Роль ABC - и XYZ – анализа в принятии управленческих решений об оптимизации ассортимента и товарных запасов торговой организации.

Тема 6. Организация хозяйственных связей и договорной работы

Понятие оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Виды оптовых закупок товаров. Факторы, учитываемые при оптовых закупках товаров. Содержание процесса оптовых закупок товаров. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика. Источники оптовых закупок товаров. Роль местных источников закупок товаров и задачи коммерческих служб по их изучению и вовлечению в товарооборот. Место и роль закупок товаров за рубежом. Поставщики товаров, их классификация, характеристика, роль в формировании конкурентоспособного ассортимента, выбор поставщиков. Формы оптовых закупок. Закупки товаров у поставщиков – изготовителей. Закупки товаров на оптовых ярмарках и выставках: понятия, виды, классификация; цели, задачи и порядок проведения; организационная структура. Нормативные акты, регламентирующие выставочную и ярмарочную деятельность на территории РФ и за рубежом. Организация закупки товаров на товарных биржах, аукционах, конкурсных торгах. Их сущность, характеристика, цели, организация коммерческих операций, документальное оформление сделок купли-продажи. Организация учета и контроля оптовых закупок товаров народного потребления. Ответственность поставщиков и покупателей за нарушение условий договора контракта. Пути совершенствования закупочной деятельности организаций торговли.

Тема 7. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам

Понятие и сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров, и их характеристика: планирование оптовой продажи, поиск оптовых покупателей товаров, установление хозяйственных связей с покупателями товаров, выбор форм и методов оптовой продажи, оказание услуг розничной торговле. Организация учета и контроля за выполнением договоров с оптовыми покупателями товаров. Транзитная и складская формы оптовой продажи товаров: сущность, условия, целесообразность и эффективность применения. Методы продажи товаров со складов оптовых организаций: с личной отборкой покупателями, по требованиям-заявкам (заказам) покупателей, через представителей оптовых торговых организаций (менеджеров, товароведов, торговых агентов, коммивояжеров) и магазины-склады, путем выполнения посыльных операций и интернет технологий. Стимулирование продаж. Услуги оптовыми покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовыми покупателям, и их характеристика. Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле Республики Беларусь. Развитие коммерческой деятельности в розничной торговле. Формирование ассортимента товаров и его контроль в

розничных торговых организациях. Коммерческая деятельность по увеличению продажи товаров. Мерчендайзинг

Тема 8. Коммерческая деятельность по оптовой и розничной продаже товаров

Понятие и сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров, и их характеристика: планирование оптовой продажи, поиск оптовых покупателей товаров, установление хозяйственных связей с покупателями товаров, выбор форм и методов оптовой продажи, оказание услуг розничной торговле. Организация учета и контроля за выполнением договоров с оптовыми покупателями товаров. Транзитная и складская формы оптовой продажи товаров: сущность, условия, целесообразность и эффективность применения. Методы продажи товаров со складов оптовых организаций: с личной отборкой покупателями, по требованиям-заявкам (заказам) покупателей, через представителей оптовых торговых организаций (менеджеров, товароведов, торговых агентов, коммивояжеров) и магазины-склады, путем выполнения почтовых операций и интернет технологий. Стимулирование продаж. Услуги оптовыми покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовыми покупателям, и их характеристика. Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле РФ Развитие коммерческой деятельности в розничной торговле. Формирование ассортимента товаров и его контроль в розничных торговых организациях. Коммерческая деятельность по увеличению продажи товаров. Мерчендайзинг

Тема 9. Рекламно-информационная деятельность организации

Понятие, сущность и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели, функции и принципы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности: Международный кодекс рекламы. Закон Республики Беларусь «О рекламе». Состояние и пути развития рекламы в Республике Беларусь. Классификация видов и средств рекламы. Характеристика видов и средств рекламы и информации, используемых организациями торговли. Витрины и их виды. Классификация витрин. Устройство и оборудование витрин. Требования к устройству и оформлению витрин. Принципы оформления витрин Организация рекламно-информационной деятельности в организациях торговли. Система управления рекламой, ее структура и значение в коммерческой деятельности организаций. Понятия рекламной акции, мероприятия, кампании. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к плану, порядок его разработки, содержание. Эффективность рекламы: социальная, экономическая, психологическая

Тема 10. Анализ и оценка коммерческой деятельности

Цели и задачи анализа коммерческой деятельности организации. Требования к проведению анализа коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на коммерческий успех торговых организаций. Методы и этапы анализа коммерческой деятельности. Система показателей, характеризующих коммерческую деятельность. Показатели оценки коммерческой работы организации: результатов коммерческой деятельности, закупки и реализации товаров, формирования ассортимента товаров, эффективности обслуживания и др. Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности торговой организации. Использование результатов анализа и оценки коммерческой деятельности для разработки путей повышения ее эффективности.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Тема 1. Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

1. Сущность коммерческой деятельности и ее роль в условиях конкуренции.

2. Перечислите задачи, решаемые в процессе осуществления коммерческой деятельности.
3. Охарактеризуйте факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности.
4. Каковы принципы, лежащие в основе организации коммерческой деятельности. Дайте их характеристику.
5. Перечислите требования, предъявляемые к специалистам коммерческих служб в современных условиях.

Тема 2. Содержание коммерческой деятельности

6. Субъекты правоотношений в коммерческой деятельности.
7. Охарактеризуйте объект управления при осуществлении коммерческих операций на потребительском рынке.
8. Элементы содержания коммерческой деятельности и их характеристика.
9. Сущность коммерческой информации. Требования к коммерческой информации.
10. Охарактеризуйте систему защиты коммерческой тайны.

Тема 3. Организация изучения покупательского спроса

11. Понятие покупательский спрос.
12. Задачи изучения покупательского спроса.
13. Этапы жизненного цикла спроса.
14. Дайте характеристику методам, используемым для изучения удовлетворенного спроса, неудовлетворенного спроса, формирующегося спроса.

Тема 4. Методология исследования товарных рынков

15. Методология коммерческой деятельности.
16. Назовите понятия, обобщающие основные свойства, характеристики коммерческих процессов и коммерческую деятельность в целом.
17. Характеристика понятия «организация».
18. Опишите методы исследования коммерческой деятельности.
19. Целесообразность применения системного подхода к изучению коммерческой деятельности.

Тема 5. Формирование ассортимента товаров

20. Назовите виды ассортимента товаров, а также цели, задачи и элементы ассортиментная политика субъектов хозяйствования.
21. Каковы направления совершенствования политики государства по насыщению рынка товарами отечественного производства.
22. Каков порядок (этапы) разработки ассортиментной политики организации.
23. Каковы цели и задачи формирования ассортимента товаров.
24. Охарактеризуйте факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров организации.
25. Перечислите составляющие процесса формирования ассортимента товаров в организациях розничной торговли.
26. Ассортиментные перечни товаров, порядок разработки и утверждения, контроль за его соблюдением.
27. Что представляет собой коммерческая работа по управлению товарными запасами, основные элементы и их характеристика.

Тема 6. Организация хозяйственных связей и договорной работы

28. Сущность хозяйственных связей, их функции.
29. Структура хозяйственных связей, их классификация.
30. Виды договоров в торговле, условия их применения.

31. Особенности заключения договоров по государственным закупкам.
32. Предмет договора поставки.
33. Порядок заключения, изменения и расторжения договора поставки.
34. Ошибки при заключении договоров.
35. Контроль исполнения договорных обязательств.
36. Документы при исполнении договоров поставки.

Тема 7. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам

37. Значение и содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров.
38. Содержание коммерческой работы по выбору поставщиков.
39. Перечислите формы организации оптовой торговли.
40. Особенности внеярмарочной формы оптовых закупок.
41. Порядок организации закупок на оптовых ярмарках.
42. Виды биржевых сделок в коммерческой практике.
43. Роль и коммерческие функции торговых домов на оптовом рынке.
44. Виды процедур при осуществлении государственных закупок товаров.
45. Сущность аукционной торговли.
46. Охарактеризуйте операции по подготовке и проведению аукциона.
47. Порядок ведения аукционных торгов, какими документами оформляются аукционные сделки, и какую ответственность несут стороны по их исполнению.

Тема 8. Коммерческая деятельность по оптовой и розничной продаже товаров

48. Сущность оптовой торговли.
49. Дайте характеристику оптовой торговли.
50. Коммерческие операции, выполняемые при организации оптовой продажи товаров.
51. Охарактеризуйте формы и методы оптовой продажи.
52. Применение складской форм оптовой продажи.
53. Целесообразность транзитной формы оптовой продажи.
54. Методы оптовой продажи в торговой практике.
55. Особенности оптовой продажи товаров в потребительской кооперации по внутрисистемным договорам.
56. Услуги покупателям при оптовой продаже товаров.

Тема 9. Рекламно-информационная деятельность организации

57. Определите роль и задачи торговой рекламы.
58. Регулирование правовых отношений, связанных с рекламной деятельностью.
59. Дайте определение рекламы и перечислите требования к ней, установленные в Законе «О рекламе».
60. Как классифицируются рекламные средства, применяемые в деятельности торговых организаций.
61. Дайте характеристику основным видам рекламных средств, используемым в организациях торговли. Укажите их преимущества и недостатки, приведите примеры из практики рекламной деятельности или собственного опыта.
62. Дайте характеристику основным принципам оформления торговых витрин.
63. Назовите отличия в следующих рекламных действиях: рекламная акция, рекламное мероприятие, рекламная кампания.
64. План рекламных мероприятий торговой организации.
65. Социальная и экономическая эффективность рекламной деятельности.
66. Эффективность психологического воздействия рекламных средств.
67. Охарактеризуйте методы и показатели определения экономической эффективности рекламы.

Тема 10. Анализ и оценка коммерческой деятельности

68. Роль коммерческой деятельности в обеспечении конкурентоспособности торговой организации.
69. Факторы коммерческого успеха торговой организации на рынке.
70. Охарактеризуйте систему показателей оценки эффективности коммерческой деятельности.
71. Перечислите составляющие, которые формируют конкурентоспособность торговой организации.
72. Факторы коммерческого риска.
73. Методы в практической деятельности работника коммерческой службы для оценки конкурентоспособности торговой организации.
74. Сущность и роль коммерческой стратегии по обеспечению конкурентоспособности торговой организации

3.4.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовой проект (курсовая работа) по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» ФЗ-212 от 17.12.1999.с последующими изменениями и дополнениями.
2. Гражданский кодекс РФ. 3. Правила продажи отдельных видов товаров. Пост. Правит. РФ № 55 от 19.01.98. с последующими изменениями и дополнениями.

4.2 Основная литература

1. Нигметзянова А.М. Основы коммерческой деятельности : учебно-методическое пособие / Нигметзянова А.М., Гарипова Г.И., Махоткина Л.Ю.. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2019. — 84 с. — ISBN 978-5-7882-2715-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109571.html>.
2. Памбухчиянц О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / Памбухчиянц О.В.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 284 с. — ISBN 978-5-394-03076-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85610>.
3. Баженов Ю.К. Баженов А.Ю. Коммерческая деятельность Дашков и К, 2019. - <http://www.iprbookshop.ru/110984.html>.

4.3. Дополнительная литература

1. Лавренова Г.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : практикум для СПО / Лавренова Г.А.. — Саратов : Профобразование, 2020. — 95 с. — ISBN 978-5-4488-1488-4. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121295.html>.
2. Скрыбин О.О. Методы оптимизации коммерческой деятельности : практикум / Скрыбин О.О., Черноволенко С.Е.. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2020. — 128 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106721.html>.
3. Девятловский Д.Н. Коммерческая деятельность предприятия (организации) Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева 2020 учебное пособие - <http://www.iprbookshop.ru/107203.html>.

4. Галиев Ж.К. Галиева Н.В. Планирование коммерческой деятельности. Бизнес-планирование. Учебник. Издательский Дом МИСиС, 2020 учебник - <http://www.iprbookshop.ru/106730.html>.

4.3 Электронные образовательные ресурсы

1. Онлайн-курс по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» находится в разработке

4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Программы пакета Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint)

4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. СПС «КонсультантПлюс: Некоммерческая интернет-версия». - URL: <http://www.consultant.ru/online/> – Режим доступа: свободный.

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория.
2. Аудитория для проведения практических занятий.
3. Компьютерный класс с выходом в Интернет.
4. Аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.
5. Аудитория для самостоятельной работы.
6. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» формирует у обучающихся компетенции ОПК-4. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который, наряду с традиционной ролью носителя знаний, выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и учебного плана.

Подробное содержание отдельных тем дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» рассматривается в п.3.3 рабочей программы.

Примерные варианты задач и тестовых заданий для текущего контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине представлены в составе ФОС по дисциплине в п.7 настоящей рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы, баз данных и информационных справочных систем, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия (организации)», приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Получение углубленных знаний по дисциплине достигается за счет активной самостоятельной работы обучающихся. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с учебной и научной литературой по проблемам дисциплины, анализа научных концепций.

В рамках дисциплины предусмотрены различные формы контроля уровня достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Формы текущего контроля – активность работы на практических занятиях, тестирование.

Формой промежуточного контроля по дисциплине является зачет, в ходе которого оценивается уровень достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ дисциплины.

Посещение лекционных занятий является обязательным.

Конспектирование лекционного материала допускается как письменным, так и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к текущим формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;

- анализ и обсуждение вопросов по темам, решение задач.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа выполнения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждой темы для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятия (организации)» и критерии оценки ответа обучающегося для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.7 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине вне зависимости от результатов текущего контроля успеваемости.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Код компетенции	Результаты освоения ОП Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Методы контроля и оценивания
ОПК-4	<p align="center">Способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные способы и формы организационно-управленческих решений в экономической деятельности; • специальные способы и формы организационно-управленческих решений в экономической деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор организационно-управленческих решений, необходимых для реализации экономической деятельности, и оценивать результаты принятых решений с возможностью их изменений; • осуществлять выбор оптимального организационно-управленческого решения, необходимого для реализации экономической деятельности, и критически оценивать результаты 	<p>Промежуточная аттестация: зачет</p> <p>Текущий контроль: опрос и решение задач на практических занятиях; тестирование</p>

		<p>принятых решений с возможностью их изменений;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками и методами принятия и реализации выбранных организационно-управленческих решений в экономической деятельности • практическими навыками изменения применяемого организационно-управленческого решения в соответствии с изменениями в условиях осуществления экономической деятельности 	
--	--	---	--

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

7.2.1. Критерии оценки ответа на зачете

(формирование компетенции ОПК-4)

«Зачтено»:

- обучающийся демонстрирует отличные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.
- обучающийся демонстрирует хорошие теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.
- обучающийся демонстрирует удовлетворительные теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить

примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

7.2.2. Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях (формирование компетенции ОПК-4)

«5» (отлично/ зачтено): выполнены все задания, предусмотренные планом практических занятий, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо/ зачтено): выполнены все задания, предусмотренные планом практических занятий, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно/ зачтено): выполнены все задания, предусмотренные планом практических занятий, с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно/ незачтено): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные планом практических занятий; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

7.2.3. Критерии оценки результатов тестирования (формирование компетенции ОПК-4)

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставяемой балльной оценке:

- «отлично/ зачтено» - свыше 85% правильных ответов;
- «хорошо/ зачтено» - от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно/ зачтено» - от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно/ незачтено»

«5» (отлично/ зачтено): тестируемый демонстрирует отличные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо/ зачтено): тестируемый демонстрирует хорошие теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно/ зачтено): тестируемый демонстрирует удовлетворительные теоретические знания, владеет основными терминами и понятиями.

«2» (неудовлетворительно/ незачтено): теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль на практических занятиях (формирование компетенции ОПК-4)

Примеры вопросов для обсуждения на практических занятиях:

1. Дайте основные понятия в области коммерческой деятельности.
2. Овладение терминами по ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».
3. Изучите принципы коммерческой деятельности.
4. Рассмотрите состояние и перспективы развития торговли. Охарактеризуйте объекты торговли.
5. Укажите субъекты коммерческой деятельности: понятие, их организационно-правовые формы.
6. Изучите выгоды и риски субъектов торговой деятельности.

7. Определите понятие и статус индивидуальных предпринимателей. Выявите особенности их торговой деятельности.
8. Изучите Кодекс РФ об административных правонарушениях и выявите статьи (№ и название), регулирующие торговую деятельность.
9. Дайте определение понятия «оптовая торговля». Укажите её назначение, цели, задачи и виды.
10. Выясните специфику работы коммерческих отделов оптовых организаций. Приведите пример, иллюстрирующий специфику работы коммерческого отдела конкретной организации.
11. Охарактеризуйте основные и дополнительные услуги оптовой торговли.
12. Рассмотрите виды оптовой торговли и дайте их краткую характеристику.
13. Разберите хозяйственные связи с поставщиками, их назначение, сущность, порядок формирования и регулирования.
14. Приведите примеры хозяйственных связей с поставщиками конкретной торговой организации.
15. Определите понятие, назначение и функции товарных оптовых складов.
16. Изучите принципы территориального размещения товарных складов.
17. Охарактеризуйте принципы территориального размещения товарных складов.
18. Охарактеризуйте разные виды складских зданий и сооружений. Укажите требования к ним. Выявите общность и различия этих требований.
19. Изучите планировку складов, выявите взаимосвязь отдельных помещений. Составьте план склада для хранения плодоовощной продукции вместимостью 1000т.
20. Дайте определение понятия «товароснабжение». Укажите их цели и задачи.
21. Рассмотрите рациональную организацию товароснабжения, её формы.
22. Укажите понятие и назначение каналов товародвижения.
23. Сравните разные методы доставки товаров в торговую сеть, выявив их достоинства и недостатки.
24. Определите понятие, назначение и содержание закупочной работы. Составьте схему основных этапов и операций закупочной работы. Дайте их характеристику.
25. Дайте определение понятия «оптовые ярмарки». Укажите их назначение и виды. Разработайте схему «Организация и оформление закупок и продаж товаров на оптовых ярмарках».
26. Укажите назначение, основные этапы и операции договорной работы, формы договорных отношений.
27. Дайте определение понятия и назначения упаковки, предъявляемых к ней требований.
28. Составьте схему «Классификация упаковки».
29. Рассмотрите этапы и основные операции по организации тарных операций. Укажите способы упаковывания.
30. Укажите назначение и основные операции технологии товародвижения на складе.
31. Выявите сущность и задачи складирования.
32. Дайте понятие термина «розничная торговля». Укажите назначение, цели, задачи и виды розничной торговли. К какому виду розничной торговли относится гипермаркет, киоск, павильон, автолавка, магазин «Продукты» площадью 100 кв.м?
33. Дайте определение термина «услуги розничной торговли» и укажите их назначение.
34. Определите понятие «розничная торговая сеть», её виды.
35. Дайте характеристику магазинов разных типов.
36. Изучите понятие и назначение технологии товародвижения.
37. Рассмотрите понятие, назначение и структуру торгово-технологического процесса.
38. Укажите основные понятия, назначение и формы торгового обслуживания. Установите, какие формы торгового обслуживания применяются в магазине, в котором Вы делаете покупки.
39. Изучите правовую базу торгового обслуживания. Дайте определение термина «качество торгового обслуживания» и перечислите показатели качества.

40. Установите и изучите нормативную базу, виды и структуру документов, устанавливающих требования к правилам торговли.
41. Выявите перечень нормативных документов, устанавливающих требования к информационному обеспечению торговой деятельности.
42. Рассмотрите требования к торговой информации о продавце

Примеры тестовых заданий:

1. Под «коммерцией» понимают:

- a. **деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;**
- b. деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- c. деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;
- d. деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

2. Целью коммерческой стратегии является:

- a. **определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;**
- b. **определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;**
- c. разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;
- d. определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

3. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

- a. с куплей товаров и/или услуг;
- b. с продажей товаров и/или услуг;
- c. с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
- d. с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
- e. **с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.**

4. Что является объектом коммерческой деятельности?

- a. товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- b. услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- c. реклама; представительские услуги;
- d. аудит; консалтинг;
- e. **товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования,**

культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг

5. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

- a. реальное воплощение товара;
- b. замысел товара;**
- c. дополнение к товару;
- d. доставка товара;
- e. использование товара.

6. К коммерческим организациям не относятся:

- a. хозяйственные товарищества и общества;
- b. производственные кооперативы;
- c. потребительские кооперативы;**
- d. государственные унитарные предприятия

7. Коммерческая информация выполняет следующие функции:

- a. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- b. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;**
- c. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;
- d. установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

8. В коммерческую службу промышленного предприятия входят:

- a. отдел координации закупок и продаж;
- b. отдел транспорта и таможенных операций;
- c. отдел маркетинга и цен;**
- d. отдел рекламы;
- e. отдел работы с посредниками;
- f. все вышеперечисленные варианты верны

9. В обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий не входит:

- a. изучение рынков;
- b. изучение рынков поставщиков и потребителей;**
- c. разработка контрактов с определением цен

10. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

- a. в организации торгового обслуживания покупателей;
- b. в организации товаров;
- c. в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;**
- d. в формировании ассортимента товаров.

- 11.** Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?
- то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;**
 - то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;
 - то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;
 - то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;
 - то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.
- 12.** Система побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара, называется:
- розничная продажа;
 - оптовая продажа;
 - стимулирование сбыта;**
 - сезонные скидки
- 13.** Государственное или муниципальное торговое предприятие относится к:
- коммерческим организациям;**
 - некоммерческим организациям;
- 14.** К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на потребителя, не относят:
- скидки с цены;
 - премии;**
 - распространение купонов;
 - бесплатные образцы товаров
 - нет правильного ответа
- 15.** Укажите, какой отдел не относят к коммерческой службе
- маркетинга;
 - сбыта;
 - услуг;
 - кадров**
- 16.** Какие критерии являются определяющими при выборе поставщика?
- цена и качество;**
 - скидки и доступность информации;
 - принадлежность к одной отрасли
- 17.** Что из перечисленного относят к прямым методам изучения рынка?
- контакты с поставщиками;**
 - технические справочники;
 - опрос экспертов
- 18.** Выберите косвенный двухуровневый канал сбыта:
- производитель – потребитель;
 - производитель – посредник – потребитель;
 - производитель – оптовый торговец – розница – потребитель**

19. Что из нижеперечисленного не относится к предпродажному обслуживанию?

- a. разработка каталогов и прейскурантов;
- b. доставка товара к месту продажи;**
- c. распаковка и расконсервация;
- d. подготовка товара к продаже;

20. Что включает в себя коммерческая работа по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?

- a. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
- b. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;**
- c. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
- d. поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

21. Торговый ассортимент представляет собой:

- a. совокупность товаров, выпущенных предприятием-изготовителем за определенный период времени;
- b. совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;**
- c. совокупность товаров, находящихся на рынке;
- d. совокупность товаров, предназначенных для реализации в торговых предприятиях.

22. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли

- a. ассортимент товаров; величина предприятия;
- b. способ продаж; объем услуг;
- c. расположение; организационно правовая форма;
- d. ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;**
- e. величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

23. Что такое «широта» ассортимента?

- a. количество товарных единиц в товарной группе;
- b. бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- c. соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- d. количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.**

24. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

- a. внутриотраслевые;
- b. межотраслевые;
- c. прямые;**
- d. опосредованные;
- e. длительные

25. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей?

- a. поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров;
- b. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств;
- c. юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;**
- d. согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

26. К мероприятиям по стимулированию сбыта, направленным на собственный торговый персонал, не относят:

- a. игры;**
- b. премии лучшим торговым работникам;
- c. проведение конференций продавцов;
- d. моральные поощрения

27. Какой вид сервиса не существует?

- a. предпродажный;
- b. послепродажный;
- c. внутрипродажный;**
- d. все вышеперечисленные варианты верны

28. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

- a. материально-техническое обеспечение;
- b. производственные;
- c. финансовые;
- d. информационные;
- e. материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.**

29. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

- a. личный отбор товара на складе;
- b. по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
- c. через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
- d. с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;
- e. личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.**

30. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

- a. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз);**
- b. деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
- c. личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
- d. наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
- e. деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

7.3.2. Промежуточная аттестация (зачет)

(формирование компетенции ОПК-4)

1. Понятие и роль коммерческой деятельности
2. Основные элементы коммерческой работы торгового предприятия и их взаимосвязь
3. Рынок товаров и услуг и факторы, влияющие на его состояние
4. Задачи коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг
5. Характеристика субъектов коммерческих правоотношений
6. Требования, предъявляемые к коммерческим работникам
7. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
8. Комплексное исследование рынка товаров и услуг
9. Коммерческая тайна и ее защита
10. Понятие, виды покупательского спроса и задачи его изучения
11. Методы изучения реализованного спроса населения
12. Методы изучения неудовлетворенного и формирующегося спроса населения
13. Экспертные оценки сбалансированности внутригрупповой структуры спроса и товарного предложения
14. Особенности изучения спроса в оптовой торговле
15. Конъюнктура рынка, понятие, задачи и цели ее изучения
16. Конъюнктурный обзор и порядок его составления
17. Понятие, сущность ассортиментной политики торгового предприятия.
18. Показатели, характеризующие состояние ассортимента товаров магазина
19. Формирование ассортимента товаров в предприятиях оптовой торговли
20. Принципы и этапы формирования ассортимента товаров в предприятиях розничной торговли
21. Формирование ассортимента товаров в магазинах по потребительским комплексам
22. Управление товарными запасами на оптовых базах
23. Разработка ассортиментных моделей для оптовых баз
24. *Сущность и классификация хозяйственных связей по поставкам товаров*
25. Договорная работа и ее содержание
26. Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров
27. Хозяйственные связи по поставкам товаров для государственных нужд в Республике Беларусь
28. *Сущность и содержание оптовых закупок товаров*
29. Источники оптовых закупок и поставщики товаров на рынке
30. Оптовые ярмарки: понятие, цель проведения и классификация
31. Учет и контроль поступления товаров от поставщиков
32. *Сущность и роль коммерческой работы по оптовой продаже товаров*
33. Организация закупок товаров на товарных биржах, торговых домах
34. Организация закупок товаров на аукционах и торгово-промышленных выставках.
35. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров
36. Формы и методы оптовой продажи товаров со складов оптовых предприятий
37. Оказание услуг и стимулирование оптовых продаж
38. *Понятие, роль и классификация торговой рекламы*
39. *Внутримагазинная реклама и ее роль в продаже товаров*
40. Правовое регулирование рекламной деятельности предприятий торговли
41. Торговые витрины, классификация, цели, задачи, требования
42. Показатели экономической эффективности рекламы
43. Показатели психологического воздействия рекламных средств и методы его определения
44. Фирменная торговля
45. Коммерческая деятельность по организации торговли на рынках
46. *Системы обслуживания и методы розничной продажи товаров*
47. Сущность и цели коммерческой деятельности в розничной торговле по стимулированию

48. Основные виды и формы торговли
49. Цель, задачи и методы анализа коммерческой деятельности
50. Система показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности
51. *Роль ABC – и XYZ – анализа в управлении товарными ресурсами*
52. Понятие, сущность, предмет и субъект лизинга
53. Сущность франчайзинга и его роль в развитии малого предпринимательства
54. Виды прогнозов и методов прогнозирования
55. Понятие и виды ассортимента товаров
56. Правовое регулирование выставочной и ярмарочной деятельности
57. Планирование рекламной деятельности торговой организации
58. Состояние потребительского рынка в Республике Беларусь
59. Состояние и пути развития рекламы в Республике Беларусь
60. Дальнейшее развитие коммерческой работы на современном этапе
61. Порядок установления квот на товары
62. Виды договоров в коммерческой работе
63. Роль коммерческих работников в обновлении ассортимента, повышении качества товаров и культуры торговли.