

**Ярославский филиал  
Аккредитованного образовательного частного учреждения  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ МФЮА»**

**Кафедра экономических дисциплин**



Н.С. Семенова

2016 г.

**А.В. Юрченко**

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.01 «Экономика (уровень бакалавриата)»  
профиль подготовки «Экономика предприятий и организаций»

*Рекомендовано Учебно-методическим советом ЯФ МФЮА  
(протокол №1 от 30 августа 2016 г.)*

*Одобрено кафедрой экономических дисциплин  
(протокол №1 от 29 августа 2016 г.)*

**Ярославль, 2016**

**Рецензент:** Быков В.А., к.э.н.

**А.В. Юрченко. Коммерческая деятельность предприятия.** Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика (уровень бакалавриата)», профиль подготовки «Экономика предприятий и организаций». – Ярославль: ЯФ МФЮА, кафедра экономических дисциплин, 2016. – 38 с.

Рабочая программа дисциплины содержит цели и задачи дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП, требования к результатам освоения дисциплины, объём дисциплины и виды учебной работы, содержание дисциплины, тематику практических занятий и технологии их проведения, формы самостоятельной работы, контрольные вопросы и систему оценивания, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

## Содержание

1.	Цели и задачи дисциплины	4
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	4
3.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4.	Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах	6
5.	Содержание разделов и тем программы	6
6.	Разделы дисциплины и междисциплинарные связи тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами	8
7.	Разделы и темы дисциплины и виды занятий (учебно – тематический план)	8
8.	Содержание семинарских (практических) занятий	10
9.	Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
10.	Образовательные технологии	14
11.	Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации (по темам) и методические материалы для их оценивания	17
12.	Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	33
13.	Перечень ресурсов информационно – телекоммуникационной сети «Интернет»	34
14.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	35
15.	Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	36
16.	Описание материально – технической базы, необходимой для осуществления образовательной деятельности	36
17.	Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	37
18.	Дополнения и изменения к рабочей программе	38

## **1. Цели и задачи дисциплины**

### **Цель дисциплины:**

- формирование компетенций необходимых для подготовки выпускников имеющих достаточные для практического применения знания и навыки в сфере коммерческой деятельности предприятий.

### **Задачи дисциплины:**

- выявление и изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения;
- планирование и организация процессов закупки и продажи товаров на предприятиях различных сфер и отраслей;
- формирование товарного ассортимента предприятия с учетом его особенностей при осуществлении хозяйственной деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;
- изучение особенностей организации поставок товаров и процессов товародвижения на рынке товаров;
- изучение особенностей организации системы сбыта товаров на отраслевом рынке и его стимулирования;
- моделирование коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;
- анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия;
- изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена, инфраструктуры рынка.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятия» относится к дисциплинам вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика (уровень бакалавриата)».

Изучение дисциплины «Экономика предприятий и организаций» основывается на знаниях, полученных студентами в ходе освоения дисциплин: «Правовое обеспечение экономики», «Микроэкономика», «Основы предпринимательской деятельности», «Финансы».

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами по профилю «Экономика предприятий и организаций». Это такие дисциплины как: «Бизнес-планирование на предприятии (в организации)», «Налоги и налогообложение», «Методы анализа данных», «Управление затратами предприятия (организации)», «Экономика предприятий и организаций», «Маркетинг».

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)

Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-11)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:**

- особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятия для применения на практике с целью решения профессиональных задач;
- особенности формирования товарного ассортимента предприятий различных сфер и отраслей народного хозяйства;
- специфику методики анализа товарного ассортимента и его оценки;
- организацию процесса закупки товаров на отраслевом рынке;
- составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек;
- организацию форм и методов продажи товаров предприятиями различных сфер и отраслей народного хозяйства;
- организационные структуры управления коммерческими службами предприятий отраслевой направленности, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями;
- основы анализа и планирования коммерческой деятельности предприятия;
- особенности организации коммерческой деятельности субъектами рынка;

**уметь:**

- создавать и использовать информационную базу для организации коммерческой деятельности предприятия отраслевой направленности;
- формировать товарный ассортимент с учетом требований рынка;
- организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта товаров;
- организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров;
- управлять процессами поставки и товародвижения на рынке;
- организовать систему сервисного обслуживания на рынке товаров;
- применять методы стимулирования сбыта;
- анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида хозяйственной деятельности предприятия;

**владеть:**

- методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития коммерческой деятельности;
- навыками самоорганизации и организации выполнения поручений.

#### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		4		
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>108</b>	<b>108</b>		
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	<b>48</b>	<b>48</b>		
Лекции (Л)	24	24		
Семинары (практические занятия)	24	24		
Из них в интерактивной форме	16	16		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>60</b>	<b>60</b>		
Зачет		+		

<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>		
--------------	------------	------------	--	--

## **5. Содержание разделов и тем программы**

### **Тема 1. Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы**

Понятие и сущность коммерческой работы. Развитие коммерческой деятельности в России. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле. Предмет, содержание и задачи курса. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе. Функции коммерческой деятельности. Классификация коммерческой деятельности. Структура коммерческих служб предприятий.

### **Тема 2. Коммерческая информация и ее защита**

Понятие коммерческой информации и источники ее получения. Коммерческая тайна и ее содержание. Обеспечение защиты коммерческой тайны. Роль товарных знаков в коммерческой работе. Коллективный знак. Использование товарного знака. Уступка товарного знака (товарный франчайзинг). Прекращение правовой охраны товарного знака.

### **Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности**

Информация как предмет коммерческого распространения. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли. Технология и индустрия распространения коммерческой информации. Роль передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.

### **Тема 4. Организация хозяйственных связей в торговле**

Организационно-правовые формы коммерческих предприятий. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле. Общие положения договора купли-продажи. Договор розничной купли-продажи. Договор поставки товаров. Содержание договора поставки. Имущественная ответственность. Изменение и расторжение договора поставки. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд. Основания поставки товаров для государственных нужд. Порядок заключения государственного контракта. Заключение договора поставки товаров для государственных нужд. Договор контрактации. Заявки и заказы на товары. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.

### **Тема 5. Организация расчетов в коммерческой деятельности**

Сущность расчетов в коммерческой деятельности. Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов. Расчеты платежными поручениями-требованиями. Аккредитивная форма расчетов. Виды аккредитивов. Безотзывный аккредитив. Расчеты платежными поручениями. Расчеты чеками. Расчеты в порядке плановых платежей. Расчеты с использованием векселей и основанные на зачете взаимных требований. Порядок открытия счетов в банке. Расчеты в иностранной валюте. Факторинговые операции.

### **Тема 6. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров, по оптовой и розничной продаже товаров**

Сущность, роль и содержание закупочной работы. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Претензионная работа. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров. История возникновения и развития ярмарочной торговли. Значение и виды оптовых ярмарок. Организация работы оптовой ярмарки. Порядок заключения договоров на ярмарке. Оптовые продовольственные рынки, их роль в закупках товаров. Роль и функции продовольственных рынков. Организация работы продовольственных рынков. МелкОПОПтовые магазины-склады. Сущность, роль и задачи коммерческой

работы по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация хозяйственных связей. Формы и методы оптовой продажи товаров. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. Методы розничной продажи товаров. Организация оказания торговых услуг покупателям.

#### **Тема 7. Организация биржевой торговли, на аукционах и конкурсах (тендерах)**

Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже. Сущность и виды торгов. Сущность и организационные формы аукционов. Порядок проведения аукциона. Организация проведения конкурсов (тендеров).

#### **Тема 8. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах**

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Коммерческие требования к организации торговли ими. Порядок формирования и регулирование ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях. Управление товарными запасами на торговых складах. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах. Жизненный цикл товара. Жизненный цикл модных товаров. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине.

#### **Тема 9. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров**

Понятие, сущность и задачи рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Реклама как метод управления людьми. Психология потребительской мотивации поведения покупателя. Виды рекламных средств и условия их применения. Организация рекламы в магазине. Организация рекламы в оптовом предприятии. Реклама в промышленности. Новые направления развития рекламной деятельности за рубежом. Развитие и организация работы рекламно-информационных агентств. Эффективность рекламной деятельности.

#### **Тема 10. Основы лизинга и франчайзинга в коммерции. Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании**

Понятие и сущность лизинга. Предмет и субъект лизинга. Порядок заключения и исполнения договора лизинга. Экономическая эффективность лизинга. Сущность франчайзинга и его роль в развитии малого предпринимательства. Виды франчайзинга. Понятие услуг, их отличие от товаров. Классификация услуг. Специфика коммерции услуг. Коммерческая деятельность в общественном питании.

#### **Тема 11. Психология и этика коммерческой деятельности**

Понятие о профессиональной психологии, этике, этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта. Организация и ведение деловых переговоров. Деловой протокол. Деловые письма в коммерческой работе. Коммерческий риск и способы его уменьшения.

#### **Тема 12. Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия**

Основные экономические показатели розничного торгового предприятия: товарооборот; валовый доход; торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом; прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров. Удельные показатели эффективности торгового предприятия: доля оборота, валового дохода, прибыли на одного сотрудника, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади, заработанная плата, приходящиеся на одного работающего.

**6. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами**

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин базовой части	Номера тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин базовой части											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Маркетинг		*	*	*		*	*	*	*			
2.	Методы анализа данных			*						*			*
3.	Налоги и налогообложение										*		*
4.	Бизнес-планирование на предприятии (в организации)			*	*	*	*		*	*	*		
5.	Экономика предприятий и организаций	*			*	*	*		*	*	*	*	*
6.	Управление затратами предприятия (организации)					*	*		*		*		*

**7. Разделы и темы дисциплины и виды занятий (учебно – тематический план)**

**7.1 Для студентов очной формы обучения**

№ п/п	Наименование тем	Всего	Аудиторные занятия, в т.ч.		Сам. работа
			Л	С	
1	Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы	8	2	2	4
2	Коммерческая информация и ее защита	8	2	2	4
3	Информационное обеспечение коммерческой деятельности	8	2	2	4
4	Организация хозяйственных связей в торговле	8	2	2	4
5	Организация расчетов в коммерческой деятельности	10	2	2	6
6	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров, по оптовой и розничной продаже товаров	12	2	2	8
7	Организация биржевой торговли, на аукционах и конкурсах (тендерах)	8	2	2	4
8	Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах	10	2	2	6
9	Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров	8	2	2	4
10	Основы лизинга и франчайзинга в коммерции. Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании	10	2	2	6
11	Психология и этика коммерческой деятельности	6	2	2	2
12	Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия	12	2	2	8



<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>60</b>
--------------	------------	-----------	-----------	-----------

### 7.2 Для студентов заочной формы обучения

№ п/п	Наименование тем	Всего	Аудиторные занятия, в т.ч.		Сам. работа
			Л	С	
1	Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы	8	0,5	0,5	7
2	Коммерческая информация и ее защита	8	0,5	0,5	7
3	Информационное обеспечение коммерческой деятельности	8	0,5	0,5	7
4	Организация хозяйственных связей в торговле	8	0,5	0,5	7
5	Организация расчетов в коммерческой деятельности	10	0,5	0,5	9
6	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров, по оптовой и розничной продаже товаров	12	0,5	0,5	11
7	Организация биржевой торговли, на аукционах и конкурсах (тендерах)	8	0,5	0,5	7
8	Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах	10	0,5	0,5	9
9	Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров	8	0,5	0,5	7
10	Основы лизинга и франчайзинга в коммерции. Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании	10	0,5	0,5	9
11	Психология и этика коммерческой деятельности	6	0,5	0,5	5
12	Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия	12	0,5	0,5	11
<b>Итого</b>		<b>108</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>96</b>

### 8. Содержание семинарских (практических) занятий

№ п/п	№ темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров). Технологии проведения	Трудоемкость в часах
1.	1	<p><b>Вопросы для обсуждения:</b>  Понятие и сущность коммерческой работы. Развитие коммерческой деятельности в России. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе. Функции коммерческой деятельности. Классификация коммерческой деятельности. Структура коммерческих служб предприятий.</p> <p><b>Технология проведения:</b>  Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование.</p>	2

2.	2	<p><b>Вопросы для обсуждения:</b>  Понятие коммерческой информации и источники ее получения. Обеспечение защиты коммерческой тайны. Роль товарных знаков в коммерческой работе. Уступка товарного знака (товарный франчайзинг). Прекращение правовой охраны товарного знака.</p> <p><b>Технология проведения:</b>  Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Работа с нормативными актами.</p>	2
3.	3	<p><b>Вопросы для обсуждения:</b>  Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли. Технология и индустрия распространения коммерческой информации. Роль передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.</p> <p><b>Технология проведения:</b>  Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование.</p>	2
4.	4	<p><b>Вопросы для обсуждения:</b>  Организационно-правовые формы коммерческих предприятий. Общие положения договора купли-продажи. Договор розничной купли-продажи. Договор поставки товаров. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.</p> <p><b>Технология проведения:</b>  Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Работа с нормативными актами.</p>	2
5.	5	<p><b>Вопросы для обсуждения:</b>  Сущность расчетов в коммерческой деятельности. Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов. Расчеты платежными поручениями-требованиями. Аккредитивная форма расчетов. Расчеты платежными поручениями. Расчеты чеками. Расчеты с использованием векселей и основанные на зачете взаимных требований. Порядок открытия счетов в банке. Расчеты в иностранной валюте. Факторинговые операции.</p> <p><b>Технология проведения:</b>  Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.</p>	2
6.	6	<p><b>Вопросы для обсуждения:</b>  Сущность, роль и содержание закупочной работы. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Претензионная работа. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров. Оптовые продовольственные рынки, их роль в закупках товаров. МелкОПОПтовые магазины-склады. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. Методы розничной продажи товаров. Организация оказания торговых услуг покупателям.</p>	2

		<b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра.	
7.	7	<b>Вопросы для обсуждения:</b> Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже. Сущность и виды торгов. Сущность и организационные формы аукционов. Порядок проведения аукциона. Организация проведения конкурсов (тендеров). <b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.	2
8.	8	<b>Вопросы для обсуждения:</b> Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Порядок формирования и регулирование ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях. Управление товарными запасами на торговых складах. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине. <b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.	2
9.	9	<b>Вопросы для обсуждения:</b> Понятие, сущность и задачи рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Реклама как метод управления людьми. Психология потребительской мотивации поведения покупателя. Виды рекламных средств и условия их применения. Организация рекламы в магазине. Эффективность рекламной деятельности. <b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.	2
10.	10	<b>Вопросы для обсуждения:</b> Понятие и сущность лизинга. Предмет и субъект лизинга. Порядок заключения и исполнения договора лизинга. Сущность франчайзинга и его роль в развитии малого предпринимательства. Виды франчайзинга. Понятие услуг, их отличие от товаров. Специфика коммерции услуг. Коммерческая деятельность в общественном питании. <b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.	2
11.	11	<b>Вопросы для обсуждения:</b> Понятие о профессиональной психологии, этике, этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта. Организация и ведение	2

		деловых переговоров. Деловой протокол. Деловые письма в коммерческой работе. <b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.	
12.	12	<b>Вопросы для обсуждения:</b> Основные экономические показатели розничного торгового предприятия: товарооборот; валовый доход; торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом; прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров. Удельные показатели эффективности торгового предприятия. <b>Технология проведения:</b> Заслушивание докладов. Дискуссия. Тестирование. Деловая игра. Работа с нормативными актами.	2
<b>Итого</b>			<b>24</b>

### 9. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это многообразные виды индивидуальной и коллективной деятельности студентов, осуществляемые под руководством, но без непосредственного участия преподавателя в специально отведённое для этого аудиторное или внеаудиторное время. Это особая форма обучения по заданию преподавателя, выполнение которого требует активной мыслительной деятельности. Самостоятельная работа студента определяется: образовательным стандартом, действующими учебными планами по образовательным программам различных форм обучения, рабочими программами учебных дисциплин, средствами обеспечения СРС: учебниками, учебными пособиями и методическими руководствами, учебно-методическими комплексами и т. д.

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Дополнительная самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины.

Виды самостоятельной работы: работа с конспектом лекции (обработка текста), чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект, анализ и др.); работа со словарями и справочниками; работа с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей; компьютерной техники, Интернет и др.

№ п/п	№ темы дисциплины	Форма самостоятельной работы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	1	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и	Конфликтные ситуации в коммерческих отношениях и пути их разрешения.

		написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, поиск информации в Интернете.	
2	2	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, периодической печатью, поиск информации в Интернете.	Составить толковый словарь основных терминов (не менее 40 терминов)
3	3	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, периодической печатью, поиск информации в Интернете.	Комплексное исследование рынка при выведении нового товара. Информация о покупателях. Информация о конкурентной среде. Информация о конъюнктуре рынка.
4	4	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, периодической печатью, поиск информации в Интернете. Сбор и анализ информации по проблемам и перспективам развития предпринимательства в России и за рубежом.	Рациональная организация хозяйственных связей. Составление договора поставки.
5	5	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, периодической печатью, поиск информации в Интернете.	Новые разновидности маркировки и основные требования к ее нанесению на упаковку. Потребительская маркировка. Штриховое кодирование.
6	6	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, периодической печатью, поиск информации в Интернете.	Классификация СЭЗ. Оффшорные зоны. Механизм функционирования СЭЗ в России.

7	7	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, периодической печатью, поиск информации в Интернете. Изучение вопросов к экзамену.	Классификация рекламных средств. Основы разработки рекламных сообщений. Законодательное регулирование рекламной деятельности.
8	8-12	Работа над теоретическим материалом, самостоятельное изучение отдельных вопросов дисциплины, подготовка к семинарскому занятию. Подготовка и написание докладов на заданные темы. Работа с учебной и справочной литературой, поиск информации в Интернете.	Международные товарные соглашения. Товарные биржи. Техника биржевых операций.

## 10. Образовательные технологии

При изложении учебного материала лекторы используют как традиционные, так и нетрадиционные формы проведения лекций. В частности, используются такие формы, как:

1. *Традиционная лекция* – устное систематическое и последовательное изложение материала по какой-либо проблеме, теме вопроса и т.п. Студент воспринимает информацию на лекции, затем осознает ее, после чего преобразует ее снова в слова в виде конспекта лекции. Конспект является продуктом мышления обучающегося. Целью традиционной лекции является подача обучающимся современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной проблеме или теме.

2. *Проблемная лекция* начинается с вопросов или с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Проблемные вопросы отличаются от непроблемных тем, что скрытая в них проблема требует не однотипного решения. Целью проблемной лекции является усвоение студентами теоретических знаний, развитие теоретического мышления; формирование познавательного интереса к содержанию учебного предмета и профессиональной мотивации будущего профессионала.

3. *Лекция визуализация* подразумевает использование принципа наглядности, т.е. подача лекционного материала в визуальной форме с использованием технических средства обучения (слайды, презентации и т.п.) или с использованием специально изготовленных схем, рисунков, чертежей и т.п. Представленная таким образом информация должна обеспечить систематизацию имеющихся у студентов знаний. В зависимости от содержания учебного материала могут использоваться различные виды визуализации – натуральные, изобразительные, символические, схематические и т.п.

4. *Лекция пресс-конференция* проводится в форме близкой к проведению собственно пресс-конференции. Преподаватель называет тему конкретной лекции и просит студентов письменно или устно задавать ему интересующие их вопросы по данной теме. Изложение материала строится не как ответ на каждый заданный вопрос, а в виде связного раскрытия темы, в процессе которого формулируются и акцентируются соответствующие ответы. В завершение лекции преподаватель проводит итоговую оценку вопросов как отражения своих знаний и интересов слушателей.

5. *Лекция беседа* или «диалог с аудиторией» предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. В основе лекции-беседы лежит диалогическая деятельность, что представляет собой наиболее простую форму активного вовлечения студентов в учебный процесс. Диалог требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности студента.

6. *Лекция-дискуссия* предполагает, что преподаватель при изложении лекционного материала организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Лекция-дискуссия активизирует познавательную деятельность аудитории и позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых студентов.

7. *Лекция с разбором конкретных ситуаций или коллизий* предполагает обсуждение конкретной ситуации или коллизии. Соответствующая ситуация или коллизия представляется аудитории устно или в очень короткой видеозаписи, слайде, диафильме. Студенты анализируют и обсуждают предложенные ситуации или коллизии сообща, всей аудиторией. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, преподаватель убедительно подводит студентов к коллективному выводу или обобщению. Иногда обсуждение ситуации или коллизии можно использовать в качестве пролога к последующей части лекции, для того чтобы заинтересовать аудиторию, заострить внимание на отдельных проблемах, подготовить к творческому восприятию изучаемого материала. Для сосредоточения внимания, ситуация или коллизия подбирается достаточно характерная и острая.

Семинарские занятия по учебной дисциплине проводятся с целью закрепления знаний, полученных студентами на лекциях и (или) в ходе самостоятельной работы с нормативными правовыми актами, специальной и (или) дополнительной литературой, выяснения сложных и дискуссионных вопросов и коллизий теории и практики. По отдельным темам семинарских занятий предусмотрено написание рефератов, подготовка докладов и выполнение тестов. В рамках реализации компетентного подхода в процессе обучения дисциплине предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. Помимо традиционных форм усвоения накопленных ранее знаний используются активные методы обучения, которые позволяют активизировать мышление студентов, вовлечь их в учебный процесс; стимулируют самостоятельное, творческое отношение студентов к предмету; повышают степень мотивации и эмоциональности; обеспечивают постоянное взаимодействие обучаемых и преподавателей с помощью прямых и обратных связей. В частности, используются такие формы, как:

1. *Традиционный семинар* – сложная форма организации практического занятия, по заранее определенной теме или группе вопросов, способствующая закреплению и углублению теоретических знаний и практических навыков студентов, развитию навыков самостоятельной работы с нормативными, учебными и литературными источниками, обмена взглядами, знаниями, позициями, точками зрениями.

2. *Проектирование* - позволяет формировать личностные качества студентов, которые развиваются лишь в деятельности и не могут быть усвоены вербально (умение работать в коллективе, брать ответственность за выбор, решение, разделять ответственность, анализировать результаты деятельности, вырабатывается свой собственный аналитический взгляд на информацию и т.д.).

3. *Групповая дискуссия (групповое обсуждение)* используется для выработки разнообразных решений в условиях неопределенности или спорности обсуждаемого вопроса. Предметом групповой дискуссии, могут быть: спорные вопросы из области профессиональной деятельности участников дискуссии; противоречивые интересы участников группы; проблемные ситуации, в том числе предложенные к обсуждению

самими участниками групповой работы; совместные или привнесенные проекты, модели, типологии; разнообразные технологии и пути их применения.

4. *Ситуационно-ролевая или деловая игра* – это имитационное моделирование профессиональной деятельностью людей в условных ситуациях с целью изучения и решения возникших проблем. Основная цель проведения игры - дать студентам практику принятия решений в условиях, максимально приближенным к реальным. Игра позволяет моделировать, обсуждать и реально проигрывать по ролям различные ситуации из области профессиональной деятельности, включая процессы межличностного и группового общения.

5. *Анализ конкретной ситуации* является одним из наиболее эффективных и распространенных методов организации познавательной деятельности студентов. Ситуация - это совокупность фактов и данных, определяющих то или иное явление или казус. Возможен случай, когда ситуация, кроме материала для анализа, содержит и проблемы, требующие решения. Анализ и разрешение ситуации осуществляется методом разбора.

6. *Имитационное упражнение (решение задач)* характеризуется признаками, сходными с теми, которые присущи методу конкретных ситуаций. Специфическая черта имитационного упражнения – наличие заранее известного преподавателю (но не студентам) правильного или наилучшего (оптимального) решения проблемы. Имитационное упражнение – своеобразный экзамен на знание тех или иных законоположений правил, методов, инструкций.

7. *Совещания* это метод коллективной выработки решений или передачи информации, основанный на данных, полученных непосредственно от участников групповой работы. Цель совещания это взаимная ориентация участников, обмен мнениями, координация планов, намерений, мотивов, жизненного и профессионального опыта.

8. *Мастер-класс* это занятие, которое проводит эксперт в определенной области или по определенным вопросам, для студентов, что позволит улучшить их теоретические знания и практические достижения. Ведущие мастер-класс делятся со студентами некоторыми профессиональными секретами и могут указать начинающим на ряд недостатков или особенностей. Для проведения мастер-классов могут привлекаться специалисты - практики.

В процессе изучения учебной дисциплины предусматривается взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов, направленной на изучение теоретических положений, анализ постоянно меняющегося законодательства, регулирующего сложный комплекс коммерческих отношений.

В таблице приведено примерное распределение образовательных технологий по разделам и темам дисциплины. Распределение является примерным, т.к. лектор и преподаватели семинарских занятий могут варьировать образовательные технологии в зависимости от конкретной темы:

№ п/п	Образовательная технология	Раздел и тематика дисциплины
<i>Лекции</i>		
1	<i>Традиционная лекция</i>	Тема 1: Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы
2	<i>Проблемная лекция</i>	Тема 6: Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров, по оптовой и розничной продаже товаров
3	<i>Лекция визуализация</i>	Тема 3: Информационное обеспечение коммерческой деятельности
4	<i>Лекция беседа или «диалог с аудиторией»</i>	Тема 2: Коммерческая информация и ее защита



5	<i>Лекция-дискуссия</i>	Тема 9: Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров
6	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций или коллизий</i>	Тема 4: Организация хозяйственных связей в торговле
<i>Семинарские/практические занятия</i>		
7	<i>Ситуационно-ролевая или деловая игра</i>	Тема 4: Организация хозяйственных связей в торговле
8	<i>Анализ конкретной ситуации</i>	Тема 12: Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия
9	<i>Имитационное упражнение (решение задач)</i>	Тема 6: Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров, по оптовой и розничной продаже товаров. Вопрос: Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров
10	<i>Проектирование</i>	Тема 8: Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах. Вопрос: Формирование ассортимента

## 11. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации (по темам)

### 11.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	<b>Тема 1.</b> Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы	<b>ОК-3; ПК-11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
2.	<b>Тема 2.</b> Коммерческая информация и ее защита	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
3.	<b>Тема 3.</b> Информационное обеспечение коммерческой деятельности	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
4.	<b>Тема 4.</b> Организация хозяйственных связей в торговле	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
5.	<b>Тема 5.</b> Организация расчетов в коммерческой деятельности	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
6.	<b>Тема 6.</b> Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров, по оптовой и розничной продаже товаров	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, решение задач, зачет
7.	<b>Тема 7.</b> Организация биржевой торговли, на аукционах и конкурсах (тендерах)	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
8.	<b>Тема 8.</b> Формирование ассортимента и управление товарными запасами	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, решение задач, зачет

	на складах и в магазинах		
9.	<b>Тема 9.</b> Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
10.	<b>Тема 10.</b> Основы лизинга и франчайзинга в коммерции. Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
11.	<b>Тема 11.</b> Психология и этика коммерческой деятельности	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, подготовка эссе, зачет
12.	<b>Тема 12.</b> Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия	<b>ОК-3; ПК- 11</b>	Устный ответ на семинаре, доклад на выбранную тему, тестирование, решение задач, зачет

### 11.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и наименование компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично/зачтено
<b>ОК - 3 –</b> способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	Знает: - основные понятия и категории коммерческой деятельности; - правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность.	Знает: - основные понятия и категории коммерческой деятельности; - правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность; - основные показатели, характеризующие коммерческую деятельность.	Знает: - основные понятия и категории коммерческой деятельности; - правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность; - основные показатели, характеризующие коммерческую деятельность, и методику их расчета.
	Умеет: - применять правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность.	Умеет: - применять правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность; - анализировать основные показатели, характеризующие коммер-	Умеет: - применять правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность; - анализировать основные показатели, характеризующие коммерческую деятельность; - рассчитывать показа-

		ческую деятельность.	тели, характеризующие коммерческую деятельность.
	Владеет: - навыками анализа данных на предмет их соответствия нормативным документам.	Владеет: - навыками анализа данных на предмет их соответствия нормативным документам; - методами анализа показателей, характеризующих коммерческую деятельность.	Владеет: - навыками анализа данных на предмет их соответствия нормативным документам; - методами анализа показателей, характеризующих коммерческую деятельность; - методикой расчета показателей, характеризующих коммерческую деятельность.
<b>ПК - 11 -</b> способность критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Знает: - основы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности.	Знает: - основы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и разработки предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Знает: - основы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
	Умеет: - оценивать предлагаемые варианты управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности.	Умеет: - оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разрабатывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	Умеет: - оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
	Владеет: - основами оценки предлагаемых вариантов управлен-	Владеет: - основами оценки предлагаемых вариантов управлен-	Владеет: - основами оценки предлагаемых вариантов управленческих

	ческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности.	ческих решений и разработки предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	решений, разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
--	--	---	---

### 11.3 Типовые контрольные задания или иные материалы по дисциплине

#### 11.3.1 Зачет

##### А) Типовые вопросы к зачету

1. Понятие, сущность и особенности коммерческой деятельности
2. Виды коммерческой деятельности и ее характеристика
3. Структура и содержание коммерческой деятельности предприятия
4. Субъекты коммерческой деятельности и ее характеристика
5. Объекты коммерческой деятельности и ее характеристика
6. Виды коммерческих операций: основные и вспомогательные
7. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
8. Определение потребности предприятия в товарах
9. Выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов продвижения
10. Коммерческая деятельность по установлению хозяйственных связей в коммерции
11. Организация оптовых закупок товаров
12. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров
13. Коммерческая деятельность по организации розничной продажи товаров
14. Рекламно-информационная работа в коммерции
15. Сервисное сопровождение в коммерческой деятельности
16. Управление товарными ресурсами в коммерции
17. Общие положения договора купли-продажи
18. Договор розничной купли-продажи
19. Договор поставки товаров
20. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд
21. Формы расчетов коммерческих предприятий
22. Организация оказания торговых услуг покупателям
23. Понятие об ассортименте и торговой номенклатуре товаров
24. Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия
25. Роль маркетинга в коммерческой деятельности предприятия

##### Б) Критерии оценивания компетенций (результатов) зачета

Критерии оценки	Описание шкалы оценивания
правильность ответов на вопросы; полнота и лаконичность ответа; степень понимания тематики предмета; логика и аргументированность изложения материала; приведение примеров, демонстрирующих умение и владение	<b>Зачтено:</b> <b>отлично:</b> воспроизведение учебного материала с требуемой степенью точности, демонстрация обучающимся знаний в объеме пройденной программы и дополнительно рекомендованной литературы, грамотное и логически стройное

<p>полученными знаниями по темам предмета в раскрытии поставленных вопросов.</p>	<p>изложение материала при ответе; приведение примеров и фактов из практического опыта.  <b>хорошо:</b> наличие несущественных ошибок, уверенно исправляемых обучающимся после дополнительных и наводящих вопросов, демонстрация обучающимся знаний в объеме пройденной программы, четкое изложение учебного материала.  <b>удовлетворительно:</b> наличие несущественных ошибок в ответе, не исправляемых обучающимся, демонстрация обучающимся не достаточно полных знаний по пройденной программе, не структурированное, не стройное изложение учебного материала при ответе.  <b>Не зачтено:</b>  <b>неудовлетворительно:</b> наличие существенных (грубых) ошибок в ответах, демонстрация обучающимся частичных знаний по пройденной программе, отсутствие ответа.</p>
--	---

### 11.3.2 Тесты

#### А) Примерное содержание теста № 1 для рубежного контроля

##### 1. Коммерческие организации могут создаваться в форме:

- (неверный вариант отметить)
- а) хозяйственных товариществ
  - б) производственных кооперативов
  - в) унитарных предприятий
  - г) потребительских кооперативов

##### 2. Основной целью коммерческой деятельности является:

- а) повышение покупательского спроса;
- б) маркетинговые исследования рынка товаров;
- в) деятельность юридических лиц, связанная с осуществлением операций купли-продажи;
- г) обеспечение максимальной выгоды коммерческих операций при удовлетворении потребностей покупателей.

##### 3. При принятии товаров на склад проверяется их:

- (отметить неверный вариант)
- а) стоимость;
  - б) количество;
  - в) качество;
  - г) состояние.

##### 4. Жизненный цикл товара может рассматриваться в отношении:

- (отметить неверный вариант)
- а) вида товара
  - б) разновидностей товара
  - в) торговой марки
  - г) цены

##### 5. Наиболее эффективный метод прогнозирования при изучении спроса потребителей:

- (отметить верный вариант)
- а) метод скользящей средней;
  - б) метод наименьших квадратов;
  - в) метод экспертных оценок;

г) метод экстраполяции;

д) все.

6. Коммерческое право, это:

а) самостоятельная отрасль права;

б) подотрасль финансового права;

в) подотрасль гражданского права.

7. Существенные условия договора, это:

а) условие о предмете;

б) условие о форме сделки;

в) условие об ответственности.

г) все

8. Положения ГК РФ, регулирующие отношения из договора купли-продажи могут применяться к продаже имущественных прав:

а) да;

б) нет.

9. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить:

а) вид товара;

б) ассортимент товара;

в) стороны договора;

г) наименование и количество товара.

10. Если цена товара не предусмотрена договором купли-продажи и не может быть определена исходя из его условий:

а) договор является недействительным;

б) договор является не заключённым;

в) договор является заключённым, но требующим нотариального оформления;

г) договор заключён, а цена определяется на основе действующего законодательства.

11. Если договор купли-продажи не позволяет определить количество подлежащего передаче товара, договор считается:

а) недействительным;

б) не заключённым;

в) заключённым, но требующим нотариального оформления.

12. Договор розничной купли-продажи считается заключённым в надлежащей форме с момента:

а) оплаты товара;

б) выдачи продавцом покупателю документа, подтверждающего оплату' товара;

в) получения покупателем товара;

г) доставки товара покупателю.

13. Если договор купли-продажи не позволяет определить срок исполнения обязанности передать товар:

а) договор является недействительным;

б) договор является не заключённым;

в) договор заключён, а этот срок определяется на основе действующего законодательства;

г) договор является заключённым, но требующим нотариального оформления.

14. Количество товара, подлежащего передаче покупателю, должна предусматриваться договором купли-продажи:

а) в соответствующих единицах измерения;

б) в денежном выражении;

в) путём установления в договоре порядка его определения.

г) все

15. Сторонами в договоре контрактации являются:

- а) бенефициар;
- б) производитель сельскохозяйственной продукции;
- в) потребитель сельскохозяйственной продукции;
- г) заготовитель;
- д) авалист.

16. Публичным договором является:

- а) договор розничной купли-продажи;
- б) договор поставки;
- в) договор, заключённый на торгах;
- г) договор, заключённый в общепользых целях.

17. Если в договоре не указано место его заключения, договор признается:

- а) недействительным;
- б) не заключённым;
- в) заключённым в месте нахождения лица, направившего оферту;
- г) заключённым в месте нахождения лица, направившего акцепт.

18. Базисом поставки определяется:

(выбрать неверный вариант)

- а) распределение между продавцом и покупателем транспортных расходов по доставке товара;
- б) момент перехода права собственности на товар;
- в) момент перехода с продавца на покупателя риска утраты или гибели груза;
- г) момент заключения договора.

19. Существенными условиями договора поручения являются:

- а) условие о сроке договора;
- б) условие о предмете договора;
- в) условие о размере вознаграждения.

20. Под убытками следует понимать:

- а) реальный ущерб и упущенную выгоду;
- б) реальный ущерб, упущенную выгоду и моральный вред;
- в) реальный ущерб, упущенную выгоду, моральный вред и процент за неправомерное пользование чужими денежными средствами.

## **Примерное содержание теста № 2 по всему курсу**

1. В соответствии с действующим законодательством, договор, это:

- а) сделка;
- б) юридический факт;
- в) любое соглашение.

2. Существенные условия договора купли-продажи:

- а) условие о предмете договора;
- б) условие о цене договора;
- в) условие о сроке исполнения продавцом обязанности передать товар покупателю.

3. Договор признаётся заключённым в момент:

- а) получения лицом, направившим оферту, её акцепта;
- б) получения лицом, направившим акцепт, оферты;
- в) произведения сторонами окончательных расчётов.

4. Если договор купли-продажи не позволяет определить количество подлежащего передаче товара, то такой договор считается:

- а) ничтожным;
- б) оспоримым;
- в) незаключённым;
- г) требующим нотариального удостоверения.

5. Двойное складское свидетельство состоит из:

- а) складского свидетельства и варранта;
- б) квитанции и отрывного купона;
- в) складской накладной и гарантийного талона.

6. К существенным условиям договора относятся:

- а) условие о цене договора;
- б) условие о сроке исполнения обязательства;
- в) условие о форме договора;
- г) условие, относительно которого по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

7. В соответствии с действующим законодательством ценник на товар, реализуемый в магазине должен отражать:

- а) наименование товара;
- б) сорт товара;
- в) цену за единицу товара;
- г) дату оформления ценника;

8. В соответствии с действующим законодательством цена продовольственных товаров, продаваемых вразвес, определяется:

- а) по соглашению сторон;
- б) по весу нетто;
- в) по весу брутто;
- г) по цене, определяемой продавцом.

9. Основными источниками коммерческой информации являются:

- а) средства СМИ;
- б) внешние источники текущей информации;
- в) внутренние источники;
- г) маркетинговые исследования.

10. Разглашение коммерческой тайны влечет за собой:

- а) административную ответственность;
- б) уголовную ответственность;
- в) гражданскую ответственность;
- г) увольнение и работы.

11. Коммерция - это:

- а) вид торгового предпринимательства или бизнеса;
- б) организация экономической, производственной или иной деятельности, приносящей предпринимателю доход;
- в) любая деятельность, направленная на получение прибыли.

12. Под видом товара понимают:

- а) товары, включаемые в номенклатуру;
- б) одинаковые товары различного назначения;
- в) номенклатуру товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети.

13. Коммерческая информация представляет собой сведения о:

- а) изменении цен на товары и услуги;
- б) сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг;
- в) сложившихся объемах спроса и предложения на товары и услуги.

14. Акцепт по своей форме не может быть:

- а) предварительным;
- б) текущим;
- в) последующим.

15. Транзитная форма продажи товаров осуществляется:

- а) от поставщика-изготовителя;
- б) непосредственно в магазины;



в) поставщиком без завоза на свои склады.

16. Осуществляемая на договорной основе покупка требований по товарным поставкам называется:

- а) лизингом;
- б) факторингом;
- в) трастом.

17. К коммерческой тайне относят:

- а) деловую и техническую информацию;
- б) деловую информацию и информацию о кадрах;
- в) техническую информацию и информацию о кадрах.

18. Торговый посредник при заключении сделки между покупателем и продавцом на товарной бирже называется:

- а) дистрибьютором;
- б) брокером;
- в) дилером.

19. Документ, выписываемый кредитором и содержащий приказ дебитору уплатить указанные в нем суммы третьему лицу или предъявителю, называется:

- а) простым векселем;
- б) переводным векселем;
- в) расчетным чеком.

20. Товарный знак может быть зарегистрирован на имя:

- а) юридического лица;
- б) физического лица;
- в) юридического или физического лица.

## **Б) Критерии оценивания компетенций (результатов) теста**

<b>Критерии оценки</b>	<b>Описание школы оценивания</b>
Критерием оценки являются правильные ответы на поставленные письменные вопросы, демонстрирующих умение определять ключевые понятия и категории соответствующих разделов дисциплины	За каждый правильный ответ студент получает 1 балл. 100-80% правильных ответов – 5 79-60 % правильных ответов - 4 59- 30% правильных ответов - 3 29-0% правильных ответов - 2

### **11.3.3 Эссе**

#### **А) Примерная тематика эссе**

1. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями.
2. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий
3. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями.
4. Влияние коммерческих сделок, заключаемых субъектами рынка, на результативность коммерческого предприятия
5. Риск в торговле товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
6. Характеристика и оценка товара как субъекта коммерческой деятельности на рынке.
7. Услуги на рынке в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
8. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями на рынке.

9. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
10. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
11. Организация и управление торговли процессами предприятия в условиях рынка.
12. Организация и управление процессами продажи товаров на предприятии в условиях конкуренции.
13. Оптовая торговля в системе рынка и развитие ее организационных форм.
14. Коммерческая стратегия биржевой торговли на рынке России.
15. Организация торговли товарами на аукционах.
16. Организация и технология коммерческих операций на торгах.
17. Особенности торговли научно-технологической продукцией на российском рынке по лицензионным договорам.
18. Организация выставочного дела на рынке России.
19. Образование и развитие рынка лизинга в России.
20. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.

### Б) Критерии оценивания компетенций (результатов) эссе

Критерии оценки	Описание школы оценивания
<p><i>Форма:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- деление текста на введение, основную часть и заключение;</li> <li>- логичный и понятный переход от одной части к другой, а также внутри частей с использованием соответствующих языковых средств связи.</li> </ul>	<p><i>Оценка «отлично»:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) во введение четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, выполнена задача заинтересовать читателя;</li> <li>2) деление текста на введение, основную часть и заключение;</li> <li>3) в основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис;</li> <li>4) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;</li> <li>5) правильно (уместно и достаточно) используются разнообразные средства связи;</li> <li>6) для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком;</li> <li>7) демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.</li> </ol>
<p><i>Содержание:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие теме;</li> <li>- наличие тезиса во вводной части и ее обращенность к читателю;</li> <li>- развитие тезиса в основной части (раскрытие основных положений через систему аргументов, подкрепленных фактами, примерами и т.п.);</li> <li>- наличие выводов, соответствующих тезису и содержанию основной части.</li> </ul>	<p><i>Оценка «хорошо»:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) во введение четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя;</li> <li>2) в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис;</li> <li>3) заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части;</li> <li>4) уместно используются разнообразные средства связи;</li> <li>5) для выражения своих мыслей студент не пользуется упрощенными языковыми конструкциями.</li> </ol> <p><i>Оценка «удовлетворительно»:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) во введение тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме эссе;</li> <li>2) в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно;</li> </ol>

	<p>3) заключение выводы не полностью соответствуют содержанию основной части;</p> <p>4) недостаточно или, наоборот, избыточно используются средства связи;</p> <p>5) студент использует упрощенные языковые конструкции.</p> <p><i>Оценка «неудовлетворительно»:</i></p> <p>1) во введение тезис отсутствует или не соответствует теме эссе;</p> <p>2) в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы;</p> <p>3) выводы не вытекают из основной части;</p> <p>4) средства связи не обеспечивают связность изложения;</p> <p>5) отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение;</p> <p>6) студент использует упрощенные языковые конструкции.</p>
--	--

### 11.3.4 Доклады

#### А) Примерная тематика докладов

1. Деловые качества коммерсанта.
2. Деловая этика и деловой этикет.
3. Организация и проведение деловых переговоров.
4. Стратегия и тактика деловых переговоров.
5. Функции коммерческой службы предприятия.
6. Организационные структуры коммерческих служб.
7. Сущность и содержание закупочной деятельности.
8. Приемка товаров по качеству и количеству.
9. Расчет оптимального объема закупки.
10. Методика анализа эффективности закупочной деятельности.
11. Совершенствование управления коммерческой деятельностью производственного (торгового) предприятия.
12. Совершенствование планирования и организации коммерческой деятельности предприятия.
13. Совершенствование финансового обеспечения коммерческой деятельности предприятия
14. Совершенствование информационного обеспечения коммерческой деятельности предприятия.
15. Совершенствование развития розничной торговой сети.
16. Формирование коммерческих связей предприятия.
17. Совершенствование мерчендайзинга в организации торгового процесса предприятия.
18. Формирование ассортимента товаров на предприятии.
19. Организация коммерческой работы на предприятии в сфере закупок.
20. Совершенствование торгового обслуживания покупателей на предприятии.
21. Моделирование бизнес-процессов и организационных систем на предприятии.
22. Совершенствование организация доставки товаров на предприятии.
23. Совершенствование деятельности складского хозяйства в организации коммерческой деятельности предприятия.
24. Совершенствование коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе предприятия.
25. Совершенствование закупочно-сбытовой деятельности предприятия.
26. Совершенствование организации выставочного дела.

27. Совершенствование управления товарными запасами на предприятии.  
 28. Совершенствование показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия.  
 29. Проект снижения затрат, связанных с коммерческими и производственными процессами на предприятии.  
 30. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности на предприятии.

### Б) Критерии оценивания компетенций (результатов) докладов

Критерии оценки	Описание школы оценивания
<ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.);</li> <li>– качество изложения материала (понятность, логичность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.);</li> <li>– наглядность (использование технических средств, материалов сети Интернет).</li> </ul>	<p>Выполнение доклада оценивается по пятибалльной системе:</p> <p>5 - выполнены все требования;          4 - соответствует теме, отличается логичностью, но наблюдается ограниченное количество используемых источников;          3 - существенные недостатки в качестве изложения материала, логике, частичное отступление от темы доклада;          2 – не соответствует теме.</p>

### 11.3.5 Практические задания

#### А) Примерный перечень практических заданий

**Задание 1.** Предприятие изготавливает изделия из латунной ленты марки ЛА-67 толщиной. Программа выпуска за один месяц – 750 единиц. Норма расхода латунной ленты на 1 изделие 15 кг. Материалы завозятся 1 раз в 5 суток. Остаток неиспользованной латунной ленты на складе в начале месяца был 1100 кг. Определить лимит на латунную ленту ЛА-64 в расчете на месяц работы.

**Задание 2.** Предприятие производит изделия В из материала Х. На одно изделие расходуется 10 кг материала Х. Во втором квартале года требуется изготовить 8880 изделий В. На складе предприятия на 1 апреля находится 850 кг материала Х, кроме того в марте уже было заказано поставщику 1000 кг указанного материала. Определить объем необходимых закупок.

**Задание 3.** Отдел маркетинга предприятия установил, что в отчетном году изделие х стало пользоваться большим спросом, чем в предыдущем. Было решено (по результатам исследования) увеличить удельный вес изделия х с 20% до 35%, уменьшить удельный вес изделий у с 53,3% до 40%, а изделие z с 26,7% до 25%. Исходные данные приведены в таблице. Определить: стала ли для предприятия структура выпускаемой продукции рациональнее, как повлияет принятое решение на финансовые результаты деятельности предприятия при неизменности остальных факторов производства.

№	Показатель	Виды продукции			Итого
		x	y	z	
1.	Цена изделия S, тыс. руб.	5	10	20	
2.	Количество изделий, реализуемых за определенный период q, шт	600	800	200	1600
3.	Выручка за определенный период R, тыс. руб.	3000	8000	4000	15000
4.	Удельный вес каждого изделия в объеме реализации, %	20	53,3	26,7	100

5.	Переменные расходы в расчете на 1 изделие V, тыс. руб.	3	6,5	11,6	-
6	Постоянные расходы С в рассматриваемом периоде, тыс. руб.	-	-	-	6000

**Задание 4.** В администрацию супермаркета обратилась покупательница с жалобой на то, что у нее украли сумку, которую она оставила в камере хранения вашего магазина. Как Вы считаете, должна ли администрация супермаркета возместить стоимость похищенного покупательнице, и если да, то в каком размере? Ответ обоснуйте.

**Задание 5.** В павильоне «Продукты», торгующем через прилавок, покупатель попросил у продавца 2 бутылки минеральной воды «Нарзан» и хотел расплатиться за них купюрой достоинством в 1000 рублей. Продавец-кассир торгового предприятия, ссылаясь на отсутствие в кассе разменной монеты, в продаже товара отказала и в качестве выхода из ситуации предложила покупателю предварительно попытаться самому разменять крупную купюру в соседнем торговом павильоне «Подарки». Правомерны ли действия продавца? Ответ обоснуйте.

**Задание 6.** Продавец отдела бытовой химии универмага отказала покупателю в просьбе проверить работу аэрозольной упаковки с антистатиком, сославшись на действующие правила. Однако в соседнем отделе продавец проверила для другой покупательницы духи в аэрозольной упаковке. Кто в этой ситуации прав? Ответ обоснуйте.

**Задание 7.** В ювелирный салон-магазин обратился покупатель с просьбой обменять купленное 2 дня назад в магазине золотое кольцо 585 пробы на аналогичное большего размера, т.к. приобретенное кольцо ему по размеру не подошло. Товарный и кассовый чек на покупку имеется в наличии, товарный и пробирный ярлыки на кольце не повреждены. Ваши действия как директора ювелирного салона. Ответ обоснуйте.

**Задание 8.** При продаже телевизора в магазине бытовой техники продавец потребовал оплатить 300 рублей за доставку покупки, хотя покупатель собирался везти телевизор на собственной машине. Свое требование продавец объяснил существующими правилами, практикой работы магазина и тем, что данная услуга является обязательной. Прав ли продавец? Ответ обоснуйте.

**Задание 9.** Какие из ниже перечисленных факторов, по вашему мнению, окажут наибольшее влияние на лояльность покупателя к данному магазину? Поясните вашу позицию. Факторы: доступная парковка, внешняя реклама, реклама на месте продажи, количество кассовых кабин в торговом зале, режим работы торгового предприятия, помощь со стороны торгового персонала в упаковке, транспортировке товаров, выкладка товара, его цена, широта и глубина ассортимента товаров, используемое торговое оборудование и его расстановка в торговом зале, качество реализуемого товара, доступность магазина, предоставляемые услуги. Представьте эти факторы по степени значимости для вас. Изменится ли значимость этих факторов с изменением ассортиментного профиля магазина, величины торговой площади, форм продажи и методов обслуживания? Ответ обоснуйте.

**Задание 10.** В большинстве случаев покупку товаров в супермаркетах можно отнести к разряду запланированных или импульсивных. Какие мероприятия необходимо осуществить торговому персоналу магазина, чтобы увеличить количество этих покупок? Ответ обоснуйте.

**Задание 11.** Конкурирующий магазин спортивных товаров расположен в торговом центре, а ваш, более крупный магазин, торгующий аналогичными товарами - в спальном районе. Как вы построите работу своего магазина, чтобы лишить конкурента его преимущества в размещении? Ответ обоснуйте.

**Задание 12.** Каким образом размещение магазина оказывает влияние на его имидж? Ответ обоснуйте.

**Задание 13.** Известны различные методы размещения магазинов на территории населенных пунктов. Каковы преимущества и недостатки каждого из этих методов? Где, по вашему мнению, лучше всего разместить гипермаркет, минимаркет, ювелирный магазин, булочную? Ответ обоснуйте.

**Задание 14.** Торговое предприятие планирует увеличение суммы прибыли и снижение затрат после получения ссуды в течение первых трех лет в следующих размерах:

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Прибыль, тыс. руб.	220	290	380
Уровень издержек обращения, %	21,2	20,6	20,0

Предусматривается сохранение среднего уровня валового дохода (т.е. отношения суммы торговых надбавок к сумме товарооборота в процентах) в размере 27%. Доля постоянных издержек обращения предусматривается 40% и переменных - соответственно, 60%. Определить: необходимый объем реализации (товарооборот), который обеспечит запланированный оптимальный размер прибыли и рентабельность продажи товаров.

**Задание 15.** Директор магазина совершил обход секций. Он был доволен порядком и организацией работы. Все были заняты своим делом. Вдруг он увидел трех продавцов, о чем-то увлеченно беседующих и не торопящихся на свои рабочие места. Директор окликнул их и спросил, почему они не занимаются делом. Продавцы стали что-то невнятно говорить, но директор... Что предпринял директор? Ответ обоснуйте.

**Задание 16.** Согласно договору ООО «Торговый дом «Кентавр» поставил ООО «Весна» парфюмерно-косметические товары на сумму 1 млн. руб. При приемке поступивших изделий комиссия ООО «Весна» установила, что шампунь «Ромашка» на сумму 60 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям сертификата. Как должен поступить коммерческий отдел ООО «Весна» в сложившейся ситуации? Ответ обоснуйте.

**Задание 17.** ООО «Кондитер» реализует со склада кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Бабаевский». Составьте от имени ООО «Кондитер» коммерческое предложение на поставку кондитерских изделий универсаму «Новоарбатский».

**Задание 18.** ООО «Кондитер-плюс» получил от фирмы ООО «Чинар» предложение (оферту) на поставку в следующем году бакалейных товаров. Каковы будут действия коммерческого отдела ООО «Кондитер-плюс» в случае ее акцепта? Ответ обоснуйте.

**Задание 19.** В результате приемки поступивших в ООО «Стиль» мужских костюмов от АО «Большевичка» комиссией ООО «Стиль» забракованы костюмы на сумму 700 тыс. руб. как несоответствующие по качеству требованиям образцов и договору. Форма оплаты товара предварительная. Каковы действия коммерческой службы ООО «Стиль» в сложившейся ситуации? Ответ обоснуйте.

**Задание 20.** Покупатель приобрел швейную машину «Чайка» Подольского завода, которая по вине изготовителя в период гарантийного срока вышла из строя. Покупатель потребовал замены изделия на машину той же марки. Директор магазина согласилась заменить товар на аналогичный, требуя доплаты разницы в цене, равную 1800 руб., так как цена машины «Чайка» к моменту обмена повысилась. Как разрешить создавшуюся ситуацию? Ответ обоснуйте.

**Задание 21.** В магазине «Товары быта» покупателю был продан холодильник «Океан», который по вине изготовителя в период гарантийного срока вышел из строя. Поскольку в это время холодильников такой марки в продаже не было, продавец предложил потребителю холодильник более высокого класса - «Стинол-16» с доплатой разницы в цене. Какое решение может принять покупатель? Ответ обоснуйте.

**Задание 22.** Покупатель, купивший 15 января в универмаге скатерть с вышивкой, стоимостью 2500 руб., обратился 22 января к директору универмага с просьбой обменять скатерть, ссылаясь на то, что скатерть ему разонравилась. Какое решение должен принять директор универмага? Ответ обоснуйте.

**Задание 23.** ООО «Волна» получило партию стиральных машин «Вятка-автомат» от АО Кировский завод «Электроприбор». В процессе приемки установлено, что в 10 машинах имеются отдельные дефекты, возникшие по вине изготовителя. Какое решение в данной ситуации может принять коммерческий аппарат ООО «Волна». Ответ обоснуйте.

#### **Б) Критерии оценивания компетенций (результатов) выполнения заданий**

<b>Критерии оценки</b>	<b>Описание шкалы оценивания</b>
Для выполнения студенту дается три задания. При этом проверяется: - знание основных положений и показателей, характеризующих коммерческую деятельность предприятия; - умение правильно использовать алгоритмы расчета показателей для решения заданий; - умение сделать вывод по результатам решения заданий.	Оценка «отлично» ставится, если студент обосновывает подходы к решению, правильно выполняет 3 задания. Оценка «хорошо» ставится, если студент обосновывает подходы к решению, правильно выполняет 2 задания. Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обосновывает подходы к решению, правильно выполняет 1 задание. Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не может обосновать выполнение задания, не знает алгоритмов расчета показателей, которыми необходимо руководствоваться для решения, не способен правильно выполнить 1 задание.

#### **11.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций**

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы:

- 1) задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (устный опрос, доклад, эссе, тестирование, решение задач);
- 2) задания, которые дополняют теоретические вопросы зачета.

Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета. Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации задолженности определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

В случае невыполнения доклада студенту необходимо принести письменный текст сообщения, который должен быть оценен преподавателем.

Отсутствие выполненных тестов по темам курса должно быть выполнено в любое удобное для студента время по согласованию с преподавателем и оценено.

Процедура зачета. Устный зачет проводится по билетам. Каждый билет содержит один теоретический вопрос и одно практическое задание. На подготовку дается 20 минут.

##### **11.4.1 Процедура оценивания знаний студента в течение семестра**

Для оценки успеваемости студентов по учебному курсу применяется бально-рейтинговая система оценки студента.

Промежуточная аттестация (зачет или экзамен) по дисциплине в соответствии с бально-рейтинговой системой не проводится в виде отдельного учебного мероприятия, а суммирует результаты студента по всем аттестационным показателям на момент завершения изучения дисциплины.

Основными показателями для контроля уровня учебных достижений студентов являются посещаемость студента (ПС), работа в семестре (РС), рубежный контроль (РК), семестровый контроль в сессию (СК).

Возможные значения баллов за семестр по каждому показателю определяются следующей таблицей:

ПС	РС	РК	СК	Итог
0; 0,5; 1; 1,5; 2	0; 0,5; 1; 1,5; 2	0; 1; 2; 3	0; 3; 4; 5	От 0 до 12

Балл за посещаемость определяется в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

ПС%	Балл
менее 50%	0
более 50% до 65%	0,5
более 65% до 80%	1
более 80% до 90%	1,5
более 90%	2

где

$$ПС\% = \frac{\text{кол} - \text{во фактически посещенных занятий}}{\text{кол} - \text{во обязательных для данного студента занятий}} \cdot 100\%$$

Если студент пропустил занятие по уважительной причине (болезнь и т.п.), то количество обязательных занятий для него уменьшается.

Балл за работу в семестре РС выставляется преподавателям, исходя из оценок в журнале и других показателей работы студента.

Таблица 2

Баллы	Условия
0	Нет оценок;
0,5	Средняя оценка от 2 до 2,9
1	Средняя оценка от 3 до 3,5
1,5	Средняя оценка от 3,6 до 4,4
2	Среднее арифметическое от 4,5 до 5

Формула расчета: складываются все полученные оценки в семестре, сумма делится на количество оценок.

Рубежный контроль может проводиться в следующих формах: проверочная контрольная работа; тест; коллоквиум, обобщающий семинар, в устной форме (опрос) и др. Студентам, не участвующим в рубежном контроле по уважительной причине, сроки прохождения рубежного контроля могут быть продлены. Результаты рубежного контроля фиксируются в ведомости по четырехбальной шкале (2,3,4,5). И переводится в баллы в соответствии с таблицей 3.

Таблица 3



Баллы	Оценка
0	Не явился
0	неудовлетворительно
1	удовлетворительно
2	хорошо
3	отлично

Семестровый (итоговый) контроль (СК) проводится в обычном порядке.

Таблица 4

Баллы	Оценка
0	Не явился без уважительной причины
0	неудовлетворительно
3	удовлетворительно
4	хорошо
5	отлично

Пересчет набранных за семестр баллов в четырехбалльную оценку осуществляется в соответствии с таблицей 5.

Таблица 5

Баллы за семестр	Оценка
менее 5	неудовлетворительно
от 5 до 7,5	удовлетворительно
от 8 до 10,0	хорошо
от 10,5 и более	отлично

## **12. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Нормативно-правовые акты:**

1. Гражданский Кодекс РФ (с изм. и доп.).
2. Кодекс РФ об административных правонарушениях (с изм. и доп.)
3. Налоговый кодекс РФ (с изм. и доп.)
4. Трудовой Кодекс РФ (с изм. и доп.).
5. Уголовный кодекс РФ (с изм. и доп.).
6. Федеральный закон от 31.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп.).
7. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм. и доп.).
8. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп.).
9. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изм. и доп.).
10. Федеральный закон от 8.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (с изм. и доп.).
11. Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с изм. и доп.).
12. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп.).
13. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (с изм. и доп.).

14. ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика (уровень бакалавриата)». - Министерство образования и науки РФ, 2015.

**Основная литература:**

1. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2016. - 400 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60460.html>.
2. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Д.А. Мачерет [и др.]. - Электрон. текстовые данные. - М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2016. - 380 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57987.html>.
3. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60422.html>.
4. Пигунова О.В. Коммерческая деятельность предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. - Электрон. текстовые данные. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 256 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35490.html>.

**Дополнительная литература:**

1. Иванов Г.Г. Коммерция: учебное пособие. - М.: Форум: Инфра-М, 2013. - 160 с.
2. Герасимов Б.И., Денисова А.Л., Молоткова Н.В., Уляхин Т.М. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие. – М.: ФОРУМ, 2010. – 272 с.
3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. – М.: Дашков и К, 2010. – 672 с.
4. Петухова С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект. – М.: Издательство «Омега-Л», 2011. – 191с.
5. Синяева И.М. и др. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров. - М.: Юрайт, 2014. - 506 с.

**13. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Вопросы экономики. – [www.vopreco.ru](http://www.vopreco.ru).
2. Журнал «BTL-magazine». - [www.btl-magazine.ru](http://www.btl-magazine.ru).
3. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера). - [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru).
4. Российский экономический журнал (РЭЖ). - [www.rej.guu.ru](http://www.rej.guu.ru).
5. Сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат). - [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат). - [www.gks.ru](http://www.gks.ru).
7. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. - [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru).
8. Энциклопедия рекламы и маркетинга. - [www.prinfo.ru](http://www.prinfo.ru).
9. Электронно-библиотечная система ЭБС IPRbooks - <http://iprbookshop.ru>

**14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Изучение дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия» предполагает освоение материалов лекций, работу студентов в ходе проведения семинарских занятий, решение практических и тестовых заданий, выполнение заданий для самостоятельной работы, сдачу зачета.

Лекции составляют основу теоретической подготовки студентов по пониманию и использованию основных положений экономики предприятия в рекламном деле. На лекциях рассматриваются наиболее важные понятия и категории, осмысливаются состояния и перспективы развития рекламного рынка, активизируется познавательная деятельность студентов, формируется их управленческий и экономический кругозор, аналитические качества, творческий подход к изучению дисциплины. На лекциях сочетаются элементы описания и повествования, доказательства и объяснения, анализа фактов и примеров, делаются обобщения и выводы. При этом используются технические средства обучения, учебно-методические и наглядные пособия, применяются различные приемы активизации познавательной деятельности.

На лекциях раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, ставятся акценты на наиболее сложных положениях изучаемого материала. На лекциях рекомендуется в конспекте студента выделять отдельные страницы для записи литературы, нормативных актов, принятых сокращений и пр. Материалы лекции используются студентами для подготовки к семинарским занятиям, зачету и экзамену.

Целью семинарских занятий является рассмотрение основных и наиболее проблемных вопросов в рамках темы занятия, контроль за степенью усвоения студентами пройденного материала и ходом выполнения ими заданий для самостоятельной работы. В ходе семинарских занятий закрепляются умения и навыки использования и применения нормативных актов, специальной литературы и справочных в сфере рекламной деятельности. Занятия предполагают подготовку докладов, обсуждение наиболее проблемных вопросов, выполнение практических и тестовых заданий.

С целью качественной подготовки к семинарским занятиям необходимо заблаговременно доводить до них план предстоящего занятия, давать необходимые рекомендации по подготовке к нему.

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий (в виде выполнения ситуационных задач) в сочетании с внеаудиторной работой (выставок, предприятий). Во время практических занятий и самостоятельной подготовки обучающимся обеспечивается доступ к сети Интернет и ресурсам электронной библиотеки.

Задания для самостоятельной работы предусмотрены для закрепления и расширения знаний, умений и навыков, приобретенных в результате изучения дисциплины. Задания выполняются студентами во внеаудиторное время. Для выполнения заданий необходимо изучить рекомендуемые нормативные источники и литературу. Выполнение заданий для самостоятельной работы осуществляется с использованием информационно-справочных систем, ресурсов электронных библиотек.

Самостоятельная работа студентов представляет собой осознанную познавательную деятельность студентов, направленную на решение задач, определенных преподавателем. В ходе самостоятельной работы студент решает следующие задачи:

- самостоятельно применяет в процессе самообразования учебно-методические материалы, разработанные профессорско-преподавательским составом в помощь студенту;
- изучает учебную и научную литературу, углубляет и расширяет знания, полученные на аудиторных занятиях;
- осуществляет поиск ответов на поставленные преподавателем вопросы;
- самостоятельно изучает отдельные разделы дисциплины;
- самостоятельно планирует процесс освоения материала в сроки, предусмотренные графиком учебного процесса;
- совершенствует умения и навыки анализировать и обобщать полученную информацию;

– развивает навыки научно-исследовательской работы.

В качестве видов самостоятельной внеаудиторной работы студентов предусмотрены: подготовка к лекциям и семинарским занятиям; подготовка докладов и сообщений; участие в научной работе и подготовка к зачету.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются: обсуждение вынесенных в планах занятий вопросов тем и контрольных вопросов; решение тестов; участие в дискуссии по проблемным темам дисциплины; подготовка докладов и участие в научной работе.

Формой промежуточной аттестации является зачет, который проводится в традиционной форме в виде ответов на вопросы билета. Оценка знаний студентов осуществляется с учетом: оценки за работу в семестре (оценки за выполнение практических заданий и тестов, подготовку докладов, участие в дискуссии и научной работе и др.); оценки знаний в ходе зачета.

Для решения поставленных задач студентам рекомендуются для изучения и анализа учебники, учебные пособия, публикации в СМИ, раскрывающие содержание основных положений и практику осуществления рекламной деятельности, а также перечень нормативно-правовых актов по изучаемой проблематике.

#### **15. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

1. Справочно-поисковая система «Гарант». - [www.garant.ru](http://www.garant.ru).
2. Справочно-поисковая система «Консультант Плюс». - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
3. Научные работы по экономике и менеджменту. - [www.managment.aanet.ru](http://www.managment.aanet.ru).
4. Информационное агентство Bloomberg. - [www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com).
5. Электронная библиотека образовательных и научных изданий Iqlib. - [www.iqlib.ru](http://www.iqlib.ru).
6. Университетская информационная система Россия. УИС РОССИЯ. - [www.cir.ru](http://www.cir.ru)
7. Интернет-библиотека СМIPublic. - [www.public.ru](http://www.public.ru).

#### **16. Описание материально - технической базы, необходимой для осуществления образовательной деятельности**

В материально-техническом отношении преподавание дисциплины должно быть обеспечено:

- достаточным количеством учебной и методической литературы и наглядных пособий;
- мультимедийными, аудио- и видеоматериалами в необходимом количестве;
- средствами электронно-вычислительной техники, обеспечивающими доступ студентов к базам данных (справочно-правовым системам);
- местами, оборудованными для проведения практических занятий и обеспечивающими соблюдение мер безопасности.

При проведении лекционных и семинарских занятий в качестве дополнительного материально-технического обеспечения могут использоваться:

1. Компьютер Celeron D-310 (рабочее место).
2. Проектор Epson X11.
3. Экран на штативе Classic Libra 150x150 .
4. Наглядные пособия (схемы, таблицы, графики).
5. Информационные стенды.

#### **17. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в ЯФ МФЮА. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальных залах, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения.

Обучающимся предоставляются следующие услуги:

- выдача литературы в отделах обслуживания;
- индивидуальное чтение плоскочечатной литературы чтецом;
- консультации для незрячих пользователей по работе на компьютере с брайлевским дисплеем, по работе в сети Интернет;
- предоставление незрячим пользователям возможностей самостоятельной работы на компьютере с использованием адаптивных технологий.

#### ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

НА 20\_\_ - 20\_\_

УЧЕБНЫЙ ГОД.

Протокол НМС №\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Протокол №\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Директор филиала

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

№ п/п	Стр., №	Описание изменений

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

НА 20\_\_ - 20\_\_ УЧЕБНЫЙ ГОД.

Протокол НМС №\_\_ от \_\_ 20\_\_ г.

Протокол №\_\_ от \_\_ 20\_\_ г.

Директор филиала

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

№ п/п	Стр., №	Описание изменений

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

НА 20\_\_ - 20\_\_ УЧЕБНЫЙ ГОД.

Протокол НМС №\_\_ от \_\_ 20\_\_ г.

Протокол №\_\_ от \_\_ 20\_\_ г.

Директор филиала

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

№ п/п	Стр., №	Описание изменений