

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 28.06.2023 16:30:58

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.В.08 Организация коммерческой деятельности

Основная профессиональная образовательная программа

38.03.06 Торговое дело программа Управление бизнесом в сфере электронной коммерции

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2023

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Организация коммерческой деятельности входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, Интернет-торговля и маркетплейсы, Основы ритейла и торговых экосистем, Организация розничной торговли

Последующие дисциплины по связям компетенций: Управление цепями поставок, Международный бизнес и трансграничная торговля, Организация и технология внешнеторговых операций, Технологии продажи профессиональных услуг, Комьюнити-менеджмент, Интернет-маркетинг в торговле

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Организация коммерческой деятельности в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен к взаимовыгодному сотрудничеству с контрагентами, осуществляет контроль выполнения обязательств сторон в процессе закупочно-сбытовой деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии формирования и развития хозяйственных связей в системе товародвижения, критерии выбора контрагентов	создавать основу для организации хозяйственных связей в системе товародвижения, оценивать и проводить отбор контрагентов, осуществлять контроль за выполнением обязательств по коммерческим сделкам, развивать долгосрочное стратегическое партнерство	навыками организации и развития хозяйственных связей в системе товародвижения, навыками поиска, оценки и отбора контрагентов, организации контроля выполнения обязательств по коммерческим сделкам

ПК-4 - Способен продвигать и продавать товары и услуги в цифровом бизнес-пространстве, развивать комьюнити-менеджмент и кросскультурные коммуникации

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-4	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии продвижения компании, ее товаров и услуг в физическом и цифровом торговом пространстве,	разрабатывать коммуникационную стратегию предпринимателя и обеспечивать ее	навыками омниканального продвижения и продажи товаров и услуг, оптимизации ассортимента и его адаптации к

	современные инструменты маркетинговых коммуникаций	реализацию, осуществляя эффективное позиционирование товаров и услуг в физическом и цифровом торговом пространстве, применять современные инструменты маркетинговых коммуникаций	требованиям и особенностям внешней среды
--	--	--	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	9.3/0.26
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	3.3/0.09
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	136.7/3.8
Курсовой проект	+
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Организация коммерческой деятельности представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа			Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР			ГКР
	Практич. занятия						
1.	Основы коммерческой деятельности	2				66,7	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Организация коммерческой деятельности		2			70	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Выполнение курсового проекта			3			

Контроль	34					
Итого	2	2	3.3	2	136.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
2.	Основы коммерческой деятельности	лекция	Основные понятия и сферы применения коммерческой деятельности

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
2.	Организация коммерческой деятельности	практическое занятие	Анализ и оценка коммерческой деятельности

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основы коммерческой деятельности	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Организация коммерческой деятельности	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520455>

2. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15243-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514242>

Дополнительная литература

1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16401-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514257>

2. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510970>

Литература для самостоятельного изучения

1. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05732-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515623>

2. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для вузов / В. Э. Новиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01012-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511280>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран

	Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Организация коммерческой деятельности:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Тестирование	+
	Оценка курсовых проектов	+
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен к взаимовыгодному сотрудничеству с контрагентами, осуществляет контроль выполнения обязательств сторон в процессе закупочно-сбытовой деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать: технологии формирования и развития хозяйственных	ПК-2.2: Уметь: создавать основу для организации хозяйственных связей в	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки): навыками организации и развития хозяйственных связей в системе

	связей в системе товародвижения, критерии выбора контрагентов	системе товародвижения, оценивать и проводить отбор контрагентов, осуществлять контроль за выполнением обязательств по коммерческим сделкам, развивать долгосрочное стратегическое партнерство	товародвижения, навыками поиска, оценки и отбора контрагентов, организации контроля выполнения обязательств по коммерческим сделкам
Пороговый	понятие и принципы формирования хозяйственных связей в логистической системе розничной торговли	оценивать и проводить отбор партнеров по торговому бизнесу в интернет	навыками организации и развития хозяйственных связей в системе товародвижения
Стандартный (в дополнение к пороговому)	права и обязанности контрагентов в сфере логистики розничной торговли	осуществлять контроль за выполнением обязательств по коммерческим сделкам	навыками поиска, оценки и отбора контрагентов, организации контроля выполнения обязательств по коммерческим сделкам
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	принципы и условия взаимовыгодного сотрудничества в цепи поставок	развивать долгосрочное стратегическое партнерство в цепи поставок	навыками построения долгосрочного стратегического партнерства в области в цифровом торговом пространстве

ПК-4 - Способен продвигать и продавать товары и услуги в цифровом бизнес-пространстве, развивать комьюнити-менеджмент и кросскультурные коммуникации

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии продвижения компании, ее товаров и услуг в физическом и цифровом торговом пространстве, современные инструменты маркетинговых коммуникаций	разрабатывать коммуникационную стратегию предпринимателя и обеспечивать ее реализацию, осуществляя эффективное позиционирование товаров и услуг в физическом и цифровом торговом пространстве, применять современные инструменты маркетинговых коммуникаций	навыками омниканального продвижения и продажи товаров и услуг, оптимизации ассортимента и его адаптации к требованиям и особенностям внешней среды
Пороговый	Инструменты продвижения профессиональных услуг на внешних рынках, особенности коммуникаций в странах с различными этнокультурами	Реализовывать ATL-коммуникации на внешних рынках	Навыками планирования и реализации классических программ продвижения профессиональных услуг на внешних рынках, навыками кросс-культурных коммуникаций

Стандартный (в дополнение к пороговому)	Состав и особенности применения современных инструментов продвижения профессиональных услуг на внешних рынках	Разрабатывать оптимальный комплекс инструментов продвижения профессиональных услуг на внешних рынках	Навыками разработки и реализации оптимального комплекса инструментов продвижения профессиональных услуг на внешних рынках
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Технологии разработки и реализации BTL, TTL и P2P коммуникации на внешних рынках с различными этнокультурами	Использовать BTL, TTL и P2P коммуникации на внешних рынках с различными этнокультурами	Навыками разработки и реализации BTL, TTL и P2P коммуникации на внешних рынках с различными этнокультурами

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Основы коммерческой деятельности	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Тестирование Оценка курсовых проектов	Экзамен
2.	Организация коммерческой деятельности	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Тестирование Оценка курсовых проектов	Экзамен

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основы коммерческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организационно-правовые формы, их достоинства и ограничения 2. Личностные характеристики коммерсанта 3. Коммерция и этика 4. Новые виды услуг 5. Товароведная классификация товаров 6. Проблемы и перспективы развития посылочной торговли. 7. Магазины потребительской кооперации; 8. Вендинговая торговля; 9. Состояние и развитие сетевой РТ; 10. Различие в определениях целей и задач оптовой и розничной торговли;
Организация коммерческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 11. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью. 12. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в розничной торговле России и современных условиях. 13. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран. 14. Методы сбора рыночной информации 15. Маркетинговые исследования в коммерческой деятельности

	<p>16. Логистические принципы управления коммерческой деятельностью</p> <p>17. Торговое законодательство РФ</p> <p>18. Функции менеджмента в коммерческой деятельности</p> <p>19. Роль материально-технической базы и технологической политики в осуществлении коммерческой деятельности.</p> <p>20. Программные продукты для оптовой и розничной торговли.</p>
--	---

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами) <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025> укажите задания

1. Функция брокера заключается в:

- поиске поставщиков товара
- обеспечении сбыта для производителей
- поддержании интенсивности товарных потоков
- организации встречи продавца и покупателя

2. Аукцион для узкого круга покупателей – это:

- приватный
- закрытый
- непрямой
- обратный

3. Основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий – это:

- организация торгового обслуживания покупателей
- организации хранения товаров
- обеспечение доведения товаров до покупателей и торговое обслуживание с учетом требований рынка
- формирование ассортимента товаров

4. Конкурентная форма отбора предложений на поставку товаров, оказание услуг или выполнение работ по заранее объявленным в документации условиям, в оговоренные сроки на принципах состязательности, справедливости и эффективности – это:

- ярмарка
- аукцион
- тендер
- конкурс

5. Товары, которые потребляются либо сразу, либо рассчитаны на определенное количество использований, это товары:

- повседневного спроса
- предварительного выбора
- особого спроса
- пассивного спроса

6. Количеством товарных групп определяется ___ ассортимента.

- объем
- масштаб
- глубина
- широта

7. Дифференциация продукта – это:

- универсальный приём ценовой конкуренции
- процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей
- процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства
- закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу

8. Количественные и качественные изменения состояния набора товаров за счет уменьшения его широты и полноты — это:

- сокращение ассортимента
- расширение ассортимента
- стабилизация ассортимента
- обновление ассортимента

9. Количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны – это:

- сокращение ассортимента
- расширение ассортимента
- стабилизация ассортимента
- обновление ассортимента

10. Состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления, это:

- сокращение ассортимента
- расширение ассортимента
- стабилизация ассортимента
- обновление ассортимента

11. Качественные и количественные изменения состояния набора товаров, характеризующиеся увеличением показателя новизны, это:

- сокращение ассортимента
- расширение ассортимента
- стабилизация ассортимента
- обновление ассортимента

12. Количественные и качественные изменения состояния набора товаров, отражающие степень близости реального ассортимента к оптимальному или лучшим зарубежным и отечественным аналогам, наиболее полно соответствующие целям организации, это:

- гармонизация ассортимента
- расширение ассортимента
- стабилизация ассортимента
- обновление ассортимента

13. Товары однородного признака, в процессе потребления потребителем сравниваются между собой по параметрам, по надежности, по цене, по внешнему оформлению, это товары:

- повседневного спроса

- предварительного выбора
- особого спроса
- пассивного спроса

14. Товары, которым присущи характерные или уникальные свойства, ради которых потребитель готов затратить дополнительные средства, это товары:

- повседневного спроса
- предварительного выбора
- особого спроса
- пассивного спроса

15. Товары, о покупке которых потребитель не задумывается, отличаются случайной потребностью, это товары:

- повседневного спроса
- предварительного выбора
- особого спроса
- пассивного спроса

16. Период от зарождения до насыщения рынка определенным товаром с явно выраженным спадом продаж это:

- жизненный цикл товара
- жизненный цикл инновации
- жизненный цикл предприятия
- жизненный цикл рынка

17. Услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг – это услуга:

- нематериальная
- материальная
- социальная
- культурная

18. Услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя услуг – это услуга:

- социально-культурная
- материальная
- бытовая
- транспорта

19. Все операции по организации коммерческой деятельности условно делят на следующие две категории:

- организационные и административные
- сбытовые и посреднические
- сбытовые и снабженческие
- снабженческие и правовые

20. Посредники, которые не только продают за наличный расчет, но и доставляют товар покупателям, это:

- оптовики-организаторы

- поверенные
- оптовики-посылторговцы
- оптовики-коммивояжеры

Примерная тематика курсовых проектов

1. Организация коммерческой деятельности оптовой торговли в России и за рубежом.
2. Коммерческая деятельность оптовой фирмы в сфере закупки и сбыта потребительских товаров.
3. Организационно-экономические аспекты коммерческой деятельности оптовой фирмы.
4. Планирование и технология организаций закупок в оптовой фирме.
5. Системный подход к формированию коммерческих связей в оптовой торговле.
6. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле в процессе товародвижения.
7. Управление и оптимизация товарных запасов в оптовой фирме.
8. Организационные основы продажи потребительских товаров со склада оптовой фирмы.
9. Организация товароснабжения потребительских товаров в оптовой фирме.
10. Материально-техническая база предприятия оптовой торговли.
11. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле Рос-сии.
12. Планирование и организация коммерческой деятельности в розничном торговом предприятии.
13. Формирование и развитие товарно-ассортиментной политики розничного торгового предприятия.
14. Закупка товаров и формирование коммерческих связей розничного торгового предприятия.
15. Товароснабжение в розничном торговом предприятии.
16. Принципы и методы розничной продажи потребительских товаров.
17. Типология предприятий розничной торговли.
18. Применение мерчендайзинга в деятельности розничного предприятия
19. Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли.
20. Психологические аспекты организации коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Основы коммерческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Управление ассортиментом товаров: понятие, свойства и показатели ассортимента, учитываемые при управлении 2. Планирование, формирование и анализ ассортимента товаров 3. Услуги в отрасли (или сфере применения): понятие, ассортимент 4. Система, процесс и условия обслуживания 5. Управление качеством процесса обслуживания 6. Контроль коммерческой деятельности торговых предприятий: виды контроля и порядок проведения контроля разных видов 7. Управление договорной работой по материально-техническому и товарному обеспечению предприятий 8. Выбор источников закупок. Анализ и оценка возможностей поставщиков 9. Управление процессом продажи, прогнозирование, анализ и оценка ее эффективности 10. Закупки товаров, их назначение. Планирование объемов закупок товаров, организация и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия
Организация коммерческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 11. Концепция функционирования и развития коммерческой деятельности 12. Государственное регулирование коммерческой деятельности организаций (предприятий) в торговле РФ на федеральном и региональном уровнях управления: цель, задачи, основные направления, мероприятия и их содержание 13. Защита коммерческой информации

	<p>14. Технологическая политика коммерческих организаций: понятие, цели, задачи и основные направления</p> <p>15. Материально-техническая база коммерческих организаций: понятие, назначение, классификация</p> <p>16. Оценка эффективности материально-технической базы: показатели, их расчет</p> <p>17. Информация в коммерческой деятельности: понятие, назначение, виды, источники</p> <p>18. Методы сбора коммерческой информации. Анализ коммерческой информации и принятие решений на его основе</p> <p>19. Анализ и оценка коммерческой деятельности: назначение, понятие экономического эффекта и экономической эффективности</p> <p>20. Система показателей анализа и оценки коммерческой деятельности организаций</p> <p>21. Функции коммерческой деятельности: планирование закупок, поставок, продажи товаров и предоставления услуг на предприятиях, их организация, учет и контроль</p> <p>22. Договоры в коммерческой деятельности: понятия, правовая база, назначение, виды, содержание, порядок заключения и контроль за их исполнением. Формы ведения переговоров</p> <p>23. Управление товарными запасами: понятие, виды, их краткая характеристика. Процесс формирования товарных запасов</p> <p>24. Продажа (сбыт) товаров: понятие, классификация форм и методов продажи (сбыта) товаров, их краткая характеристика</p> <p>25. Оценка конкурентоспособности предприятий</p>
--	---

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
«хорошо»	Стандартный ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
«удовлетворительно»	Пороговый ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне