

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талорский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Коммерческая деятельность Б1.В.ОД.20

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сайдашева В.А. , Шарафутдинова Н.С.

Рецензент(ы):

Рольбина Е.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No _____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No _____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No 949943017

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Сайдашева В.А. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов , Venera.Sajdasheva@kpfu.ru ; доцент, к.н. Шарафутдинова Н.С. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов , NSSharafutdinova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью преподавания курса является обучение студентов теоретическим и практическим основам коммерческой деятельности на потребительском рынке. Объектом исследования служат процессы, происходящие в коммерческом предприятии и в окружающей его рыночной среде.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.20 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.8 Профессиональный" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе (7 семестр).

БЗДВ8

Программа предполагает изучение таких дисциплин как: "Математика", "Информационные технологии в менеджменте", "Теория менеджмента", "Правовое регулирование маркетинговой деятельности". Знания, полученные по предмету "Коммерческая деятельность" использовать при изучении дисциплин "Электронная коммерция", "Коммерческая логистика"

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
НК-15	готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента
ОК-13 (общекультурные компетенции)	способность анализировать социально значимые проблемы и процессы
ПК-50 (профессиональные компетенции)	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основы организации коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- основные методы оптовых закупок и продаж товаров;
- процессы планирования и организации коммерческой деятельности на предприятии;
- основы правовой и нормативной базы, регулирующей коммерческую деятельность в сфере обращения;
- специфику организации коммерческой работы в сфере оптовой, розничной торговли, в предприятиях массового питания и туристско-гостиничного бизнеса;

2. должен уметь:

- оценивать рейтинг поставщиков при организации хозяйственных связей с субъектами потребительского рынка;
- организовать торгово-технологический процесс на предприятии розничной торговли;
- применять имеющиеся методические подходы к практике организации коммерческой деятельности формировать ассортиментную и ценовую политику на предприятии оптовой и розничной торговли;
- анализировать основные показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия и выявлять пути их повышения;

3. должен владеть:

- методами формулирования и реализации стратегий на уровне подразделения коммерции;
- проведением оценки эффективности функционирования коммерческой службы;
- методами организации закупочно-сбытовой деятельности для формирования бесперебойной продажи товаров;
- методами расчета и анализа эффективности проведения коммерческой деятельности.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- организации и оптимизации хозяйственных связей между субъектами потребительского рынка;
- организации коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и в розничной торговле;
- формирования ассортиментной и ценовой политики на предприятии.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика	6	1	2	2	0	Презентация Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке	6	2	2	2	0	Дискуссия Презентация
3.	Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками	6	3,4	4	4	0	Письменная работа Устный опрос
4.	Тема 4. Планирование и организация снабжения и сбыта	6	5,6	4	4	0	Письменное домашнее задание Контрольная работа
5.	Тема 5. Оптовые закупки и продажи товаров	6	7	2	2	0	Устный опрос Презентация
6.	Тема 6. Виды торговых операций	6	8,9	4	4	0	Устный опрос Научный доклад
7.	Тема 7. Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами	6	10,11	4	4	0	Презентация Дискуссия
8.	Тема 8. Ассортиментная и ценовая политика	6	12	2	2	0	Письменная работа Письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Организация и технология розничной продажи товаров	6	13	2	4	0	Устный опрос Презентация
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Зачет
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Сущность, роль, содержание и задачи коммерческой работы. Организационно- правовые формы функционирования субъектов коммерческой деятельности в рыночных условиях. Объекты коммерческой деятельности.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Принципы классификации и характеристика субъектов коммерческой деятельности. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Характеристика объектов коммерческой деятельности, их классификация. Особенности услуг, как объекта коммерческой деятельности. Примеры объектов коммерческой деятельности.

Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность договорных отношений на потребительском рынке. Виды рыночных трансакций, их особенности. Прямые закупки товаров у поставщиков. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Принципы классификации, типы и сущность договорных отношений на рынке. Содержание понятия "рыночная трансакция", типы рыночных трансакций, их сущность и особенности. Варианты коммерческих отношений продавца и покупателя с посредниками. Примеры в сфере коммерции.

Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Договоры как средство реализации коммерческих сделок. Сущность и виды договоров. Договоры, принимаемые в работе с поставщиками и посредниками. Основные этапы заключения и реализации договоров. Виды коммерческих рисков: истоки, сущность, пути минимизации.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Реализация коммерческих сделок посредством договорных отношений. Типы договоров, основные и дополнительные условия договора. Особенности договоров с поставщиками и посредниками. Сущность коммерческих рисков и пути их минимизации. Особенности рисков в условиях глобализации экономики.

Тема 4. Планирование и организация снабжения и сбыта

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Сущность планирования материально-технического снабжения. Разработка плана закупок материальных ресурсов. Планирование сбыта продукции.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Необходимость и сущность планирования материально-технического снабжения предприятий в условиях рынка. Сущность планирования, этапы разработки плана закупок материальных ресурсов.

Тема 5. Оптовые закупки и продажи товаров

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коммерческая деятельность на оптовом рынке. Факторы, характеризующие закупочную деятельность. Классификация поставщиков и критерии их выбора. Классификация предприятий оптовой торговли.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Оптовый рынок, как экономическая категория. Факторы, характеризующие закупочную деятельность. Классификация источников поступления и поставщиков материальных ресурсов. Логистические подходы к критериям выбора поставщиков. Предприятия оптовой торговли: классификация, типы, функции.

Тема 6. Виды торговых операций

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Сущность и организационной формы аукционной торговли. Сущность биржевой торговли. Содержание понятия ярмарок и торгово-промышленных выставок. Торги как форма соревновательной торговли.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Организационные формы аукционной торговли. Роль и значение бирж, как организаторов оптового товарооборота. Содержание понятия ярмарок, тендеров и выставок. Особенности организации, различия.

Тема 7. Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Сущность, задачи и функции розничной торговли. Розничное торговое предприятие и розничная торговая сеть. Интеграция торговых предприятий. Порядок выбора и создания конкретного вида розничного торгового предприятия. Товарные запасы, нормирование товарных запасов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Основные задачи и функции розничной торговли. Розничное торговое предприятие и розничная торговая сеть. Порядок выбора и создания конкретного вида розничного торгового предприятия. Интегрированные формы в сфере розничной торговли: преимущества, рыночная роль, особенности создания.

Тема 8. Ассортиментная и ценовая политика

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Ассортиментная политика в торговом предприятии. Управление ассортиментом. Сущность и виды цены. Ценовая политика и этапы ее формирования. Методы формирования цены в условиях конкурентного рынка.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Управление ассортиментом и ассортиментная политика в торговом предприятии. Ценовая политика в торговом предприятии этапы ее формирования. Методы ценообразования и ценовые стратегии в условиях рынка.

Тема 9. Организация и технология розничной продажи товаров

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Организация торгово-технологического процесса в магазине. Мерчандайзинг в розничной торговле. Современное торговое оборудование. Методы розничной продажи товаров.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Торгово-технологический процесса в магазине: сущность, структура, пути повышения эффективности. Компоненты мерчандайзинга в розничной торговле: характеристика, особенности, эффективность. Современные методы розничной продажи товаров: сущность, характеристика, примеры.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика	6	1	подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке	6	2	подготовка к дискуссии	2	дискуссия
				подготовка к презентации	4	презентация
3.	Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками	6	3,4	подготовка к письменной работе	4	письменная работа
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Планирование и организация снабжения и сбыта	6	5,6	подготовка домашнего задания	2	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
5.	Тема 5. Оптовые закупки и продажи товаров	6	7	подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	2	Устный опрос
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
6.	Тема 6. Виды торговых операций	6	8,9	подготовка к научному докладу	2	Научный доклад
				подготовка к научному докладу	2	научный доклад
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
7.	Тема 7. Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами	6	10,11	подготовка к дискуссии	2	Дискуссия
				подготовка к дискуссии	2	дискуссия
				подготовка к презентации	2	презентация
8.	Тема 8. Ассортиментная и ценовая политика	6	12	подготовка домашнего задания	2	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к письменной работе	2	письменная работа
9.	Тема 9. Организация и технология розничной продажи товаров	6	13	подготовка к контрольной точке	2	контрольная точка
				подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Мультимедийное оборудование

Деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций,
Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика

презентация , примерные вопросы:

Субъекты и объекты коммерческой деятельности в сфере общественного питания, их виды и характеристика.

устный опрос , примерные вопросы:

Привести классификацию и охарактеризовать субъекты и объекты коммерческой деятельности в сфере обращения. Перечислить организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.

Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке

дискуссия , примерные вопросы:

Возможные варианты взаимодействия продавца и покупателя на рынке, их особенности и эффективность.

презентация , примерные вопросы:

Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке продовольственных товаров

Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками

письменная работа , примерные вопросы:

Договорная работа с поставщиками и посредниками на рынке туристских услуг

устный опрос , примерные вопросы:

Классификация и типы поставщиков

Тема 4. Планирование и организация снабжения и сбыта

домашнее задание , примерные вопросы:

Составить мини-кейс по особенностям планирования и организация снабжения и сбыта на предприятии специализированного оптового торгового предприятия.

контрольная работа , примерные вопросы:

Тестирование по темам 1-3
1. Особенности организации коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли: 1. осуществляется посредническая деятельность 2. большой объем стартового капитала 3. большая норма прибыли 2. Конкурентная трансформация организации состоит в: 1. Устанавливается организационно-правовая форма предприятия 2. Обеспечивается гибкость организации в условиях рынка 3. Меняется структура управления 3. Внешнеэкономические изменения в коммерции предполагают: 1. Глобализацию рынка 2. Обострение конкуренции 3. усиление внешнеэкономических связей 4. все ответы верны

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Сбытовая деятельность производственного предприятия на региональном рынке

Тема 5. Оптовые закупки и продажи товаров

презентация , примерные вопросы:

Оптовые закупки и продажи обувных товаров

Устный опрос , примерные вопросы:

1. В чем особенность оптовых закупок? 2. Каковы методы оптовых закупок товаров? 3. Возможны ли оптовые закупки по почте? 4. Какова особенность оптовых закупок через тендеры?

устный опрос , примерные вопросы:

Оптовые закупки и продажи товаров в условиях функционирования интегрированной структуры

Тема 6. Виды торговых операций

Научный доклад , примерные вопросы:

Особенности торговых операций в электронной торговле

научный доклад , примерные вопросы:

Типы торговых операций на рынке услуг

устный опрос , примерные вопросы:

Принципы классификации и типы коммерческих операций в сфере оптовой торговли операций

Тема 7. Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами

Дискуссия , примерные вопросы:

Значимость и перспективы внемагазинных форм торговли

дискуссия , примерные вопросы:

Элементы конкурентоспособности современных предприятий розничной торговли

презентация , примерные вопросы:

Розничная торговля непродовольственными товарами: сущность, особенности, управление запасами

Тема 8. Ассортиментная и ценовая политика

домашнее задание , примерные вопросы:

Охарактеризовать товарный ассортимент ближайшего минимаркета, рассчитать параметры ассортимента.

письменная работа , примерные вопросы:

Рассчитать параметры ассортимента специализированного магазина (по заданию преподавателя): коэффициент широты, глубины и обновляемости.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Рассчитать параметры ассортимента специализированного магазина (по заданию преподавателя)

Тема 9. Организация и технология розничной продажи товаров

контрольная точка , примерные вопросы:

Письменное тестирование по теме 7-8. Внутрифирменные изменения в коммерции предполагают: 1. Насыщение рынка товарами и услугами 2. Обострение конкуренции 3.

Перестройку системы измерений и оценок коммерческого положения предприятия Что

предусматривает интеграция в сфере экономики: 1. Постоянное наличие товара

соответствующего вида в продаже. 2. Стабильность завоза товаров. 3. Объединение

предприятий с целью максимизации прибыли Какие виды интеграции существуют в

инфраструктуре рынка: 1. Горизонтальная 2. Вертикальная 3. Смешанная 4. все ответы верны

презентация , примерные вопросы:

Организация и технология розничной продажи фармацевтических товаров.

устный опрос , примерные вопросы:

Организация и технология розничной продажи посуды-хозяйственных товаров

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

вопросы к зачету

1. Содержание понятия "Коммерческая деятельность". Цель, задачи и предмет коммерческой деятельности. Виды коммерческой деятельности в условиях рыночных отношений, особенности.

2. Объекты коммерческой деятельности: принципы классификации, виды, примеры.

3. Организационно-методические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.

4. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров.
5. Субъекты коммерческой деятельности: принципы классификации, виды, примеры.
6. Рыночные трансакции на рынке товаров и услуг: классификация, характеристика.
7. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на рынке товаров и услуг.
8. Содержание понятия "коммерческая сделка". Классификация коммерческих сделок. Влияние коммерческих сделок на результативность коммерческого предприятия.
9. Риск в коммерческой деятельности и его распределение между сторонами договоров.
10. Характеристика и оценка товара, как субъекта коммерческой деятельности на потребительском рынке.
11. Услуги на потребительском рынке: виды, содержание, затратный механизм, получение прибыли. Значение сервисной составляющей в коммерческой деятельности предприятий.
12. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров на потребительском рынке.
13. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров коммерческими предприятиями в условиях конкурентного рынка.
14. Организационные аспекты закупок и поставок товаров в коммерческих предприятиях.
15. Управление товарооборотом и товарными запасами на торговых предприятиях с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
16. Организация и управление торговыми процессами предприятия в условиях конкурентного рынка.
17. Планировка торгового зала и дизайн магазина, их влияние на повышение эффективности коммерческой деятельности.
18. Нормативно-правовые акты, регламентирующие коммерческую деятельность. Классификация, характеристика, примеры.
19. Организация и перспективы развития розничной торговли в условиях конкурентного рынка.
20. Организация и управление товароснабжением на потребительском рынке. Формы товароснабжения и методы доставки товаров на предприятия розничной торговли.
21. Организация и развитие оптовой торговли в России. Классификация предприятий оптовой торговли, их характеристика.
22. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форматов предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
23. Состояние и перспективы развития и торговых сетей в России.
24. Оптовая торговля в системе рыночных отношений и перспективы ее развития.
25. Формы кооперации (интеграции) в сфере торговли, их характеристика и перспективы развития.
26. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. Типы посредников, их характеристика.
27. Организация торговли товарами на аукционах и биржах. Сравнительная характеристика.
28. Организация и технология коммерческих операций на торгах (тендерах).
29. Особенности торговли научно-технологической продукцией на российском рынке.
30. Организация выставочного дела на рынке России. Классификация выставок, организация их коммерческой деятельности.
31. Формирование и развитие лизинга в России. Механизм лизинговой сделки, участники. Преимущества и недостатки лизинга.
32. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
33. Показатели, характеризующие товары в коммерческой деятельности.
34. Виды лицензий, используемых в коммерческой деятельности.
35. Факторы, способствующие продвижению услуг на рынок.
36. Экономические, социальные и правовые аспекты рыночных трансакций. Примеры.

37. Роль и значение посредников в коммерческой деятельности. Преимущества и недостатки использования посредников.
38. Содержание и особенности агентского договора с посредником.
39. Виды и особенности компенсационных сделок.
40. Типы договоров, действующие в коммерческой деятельности на Российском рынке.
41. Характеристика стадий, входящих в состав договорных отношений торгового предприятия.
42. Сущность коммерческих рисков и основные пути их минимизации.
43. Содержание процесса планирования материально - технического обеспечения в коммерческой деятельности.
44. Основы и принципы выработки стратегии снабжения коммерческого предприятия.
45. Направления исследования рынка при планировании сбыта продукции.
46. Содержание понятия "оптовый рынок" и его основные функции.
47. Особенности организации коммерческой деятельности при оптовой закупке товаров.
48. Источники закупок материальных ресурсов, их оценка. Классификация и выбор поставщиков.
49. Анализ потенциальных поставщиков материальных ресурсов.
50. Планирование, формирование и осуществление закупок материальных ресурсов.

7.1. Основная литература:

- 1 Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 248 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-002274-1
<http://znanium.com/bookread2.php?book=376841>
- 2 Пигунова, О.В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 255 с.: ил. - ISBN 978-985-06-2318-8.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=509252>
- 3 Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : Учебник / О. В. Памбухчиянц. - М.: Дашков и К, 2014. - 284 с. - ISBN 978-5-394-02270-8
<http://znanium.com/bookread2.php?book=450757>

7.2. Дополнительная литература:

1. Абчук В.А. Коммерция: учебник. - С.-Пб.: Изд-во Михайлова В.А., 2009.
<http://znanium.com/bookread.php?book=329767>
2. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие/Г.Г.Иванов, Ю.К.Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Переплёт) ISBN 978-5-8199-0626-2, 300 экз
<http://znanium.com/bookread2.php?book=502697>
3. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: Учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0565-4, 300 экз/
<http://znanium.com/bookread.php?book=421955>

7.3. Интернет-ресурсы:

- журнал - www.rbk.ru
журнал - www.spros.ru
журнал - www.rtpress.ru
информационно-справочная система - www.garant.ru
поисковая система - www.rambler.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Коммерческая деятельность" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Маркетинг .

Автор(ы):

Сайдашева В.А. _____

Шарафутдинова Н.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.