

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 29.08.2025 13:20:58

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3

к основной профессиональной образовательной программе

по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

направленность (профиль) программы Торговый
менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.19 Коммерция в сфере обращения

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

**Профиль программы Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и
внешней торговле)**

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки - 2021

Краснодар – 2021г.

Составитель:

Кандидат экономических наук, доцент

З.Х. Моламусов

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры торговли и
общественного питания

протокол № 6 от «21» января 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
Цель и задачи освоения дисциплины.....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	6
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	18
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	19
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....	19
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	19
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	19
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	20
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	21
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	21
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ	37

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Коммерция в сфере обращения» является формирование у студентов навыков использования различных методов торгово-технологического проектирования в решении задачи выбора оптимальных инструментов ведения бизнеса в торговле с использованием современных технологий организации и управления предприятием сферы торговли

Задачами учебной дисциплины «Коммерция в сфере обращения» являются:

- формирование навыков анализа мотивов и закономерностей поведения экономических субъектов, ситуаций на различных рынках, динамики уровня цен и объёмов производства, предложений решений для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне (ОПК-3.2);
- формирование навыков определения ресурсного обеспечения для поиска и внедрения организационно-управленческих решений (ОПК-4.1);
- формирование навыков оценки вероятности рисков и ограничений времени поставленных профессиональных задач, осуществления выбора наиболее оптимальных решений, в том числе, в условиях неопределённости (ОПК-4.2).

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммерция в сфере обращения», относится к обязательной части учебного плана.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная	заочная*
Объем дисциплины в зачетных единицах	8 ЗЕТ		
Объем дисциплины в акад. часах	288		
Промежуточная аттестация: форма	Зачёт (1 семестр), Экзамен (2 семестр), КР (2 семестр).	Зачёт (1 семестр), Экзамен (2 семестр), КР (2 семестр).	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	96	58	-
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	88	50	-
- лекции	36	22	-
- практические занятия	52	28	-
- лабораторные занятия	-	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	1	1	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	3	3	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2	-
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2	-
Самостоятельная работа (СР), всего:	192	230	-
в том числе:			
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	32	32	
• самостоятельная работа в семестре (СРс)	142	180	-
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу	18	18	-
• изучение ЭОР (при наличии)	-	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов.	ОПК-3.2. Анализирует мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства, предлагает решения для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне.	ОПК-3.2. 3-1 Знать закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства на микроэкономическом уровне ОПК-3.2. У-2 Уметь: Анализировать мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства, предлагать решения для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне.
ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Определяет ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения.	ОПК-4.1. 3-1 Знать методы принятия организационно-управленческих решений ОПК-4.1. У-1 Уметь: Определять ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения.
	ОПК-4.2. Оценивает вероятные риски и ограничения времени поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределённости .	ОПК-4.2. 3-1 Знать возможные риски и ограничения при осуществлении профессиональной деятельности в условиях неопределенности ОПК-4.2. У-1 Уметь: Оценивать вероятные риски и ограничения времени поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределённости .

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций по очной форме обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
		Семестр 1. Раздел 1.										
1.	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Субъекты коммерческой деятельности Сущность коммерческой деятельности. Характеристика основных объектов коммерческой деятельности. Инфраструктура оптовой торговли. Инфраструктура розничной торговли	3	4	-	-	12/-	19	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис.	-	Р. Д.

2.	Тема 2. Государственное регулирование коммерческой деятельности Значение и методы государственного регулирования коммерческой деятельности. Защита прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Защита прав потребителей при продаже им товаров и оказании связанных с этим услуг. Ответственность за нарушения законодательства в сфере торговли	4	6	-	-	12/-	22	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д. .
3.	Тема 3. Коммерческие службы торговых организаций Цели, функции и задачи коммерческой службы хозяйственного предприятия. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления	3	4	-	-	12/-	19	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис.	-	Р. Д.

4.	Тема 4. Коммерческая информация и коммерческая тайна Понятие и виды информации. Роль информации в коммерческой деятельности. Коммерческая тайна и способы ее защиты Информация как предмет коммерческого распространения. Технология и индустрия коммерческого распространения информации. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли. Привлекательность использования передовых технологий и электронной коммерции для развития бизнеса в России.	3	6	-	-	12/-	21	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д.
5.	Тема 5. Средства товарной информации. Товарные знаки Требования, предъявляемые к информации о товарах. Штриховое кодирование товаров. Маркировка товаров. Транспортная маркировка грузов. Назначение, виды и правовая охрана товарных знаков. Регистрация товарных знаков	4	6	-	-	12/-	22	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис.	-	Р. Д

6.	Тема 6. Реклама в коммерческой деятельности Сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности. Правовое обеспечение рекламной деятельности. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Саморегулирование в области рекламы. Классификация и характеристика средств современной рекламы. Эффективность торговой рекламы.	4	4	-	-	12/-	20	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис	-	Р. Д.
7.	Тема 7. Роль и место коммерческой деятельности в организации товародвижения. Основы построения процесса товародвижения. Основные этапы коммерческой деятельности	3	4	-	-	12/-	19	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	Т. К/р	Р. Д.
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)					-/2	2					
	Итого	24	34			86	144					
Семестр 2. Раздел 2.												
1.	Тема 8. Договоры в коммерческой деятельности Понятие о сделках и договорах, их классификация. Порядок заключения договора. Изменение и расторжение договора. Ответственность за нарушение обязательств по договору и обеспечение их исполнения. Виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности. Общие сведения о договоре купли-продажи.	2	2	-	-	8/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д.

2.	Тема 9. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров Сущность и значение закупочной работы. Особенности договора поставки, порядок его заключения, изменения и расторжения. Структура и содержание договора поставки. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках. Организация оптовых закупок товаров на товарных биржах. Организация проведения аукционных торгов.	2	4	-	-	8/-	14	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. К.с.	-	Р. Д.
3.	Тема 10. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли. Организация продажи товаров на оптовых рынках. Организация продажи товаров.	2	4	-	-	8/-	14	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. К.с.	К.с.з..	Р
4.	Тема 11. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли Содержание коммерческой работы на предприятиях розничной торговли. Услуги розничной торговли. Методы стимулирования продаж товаров.	2	2	-	-	8/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	К.с.з..	Р. Д.
5.	Тема 12. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле Виды покупательского спроса и задачи его изучения. Понятие о торговом ассортименте. Особенности формирования ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле. Управление товарными запасами в торговле.	2	2	-	-	8/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	К.с.з..	Р. Д.

6.	Тема 13. Организация и технология складских операций Содержание и принципы организации складских операций. Технология операций по поступлению товаров на склад. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству. Технология хранения товаров на складе. Организация и технология отпуска товаров со склада. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	1	2	-	-	8/-	11	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д.
7.	Тема 14. Формы сотрудничества в коммерческой деятельности. Франчайзинг. Финансовая аренда (лизинг). Факторинг. Товарообменные операции (бартер).	1	2	-	-	10/-	13	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	К.с.з.. .	Р. Д.
	Итого	12	18	-	-	58	88					
	Курсовая работа (Ср.Кр)					-/18	18					
	КАТТ					-/1	1					
	ИК					-/1	1					
	КАТТЭК					-/2	2					
	КЭ					-/2	2					
	Ср.Эк.					-/32	32					
	Итого за семестр	12	18			114	144					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.), Групповая дискуссия (Дис.), Круглый стол (К.с.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р), комплексная ситуационная задача (К.с.з.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат (Р), доклад (Д.),

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций по очно-заочной форме обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг	Всего					
Семестр 1. Раздел 1.												
1.	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Субъекты коммерческой деятельности Сущность коммерческой деятельности. Характеристика основных объектов коммерческой деятельности. Инфраструктура оптовой торговли. Инфраструктура розничной торговли	2	4	-	-	16/-	22	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис.	-	Р. Д.
2.	Тема 2. Государственное регулирование коммерческой деятельности Значение и методы государственного регулирования коммерческой деятельности. Защита прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Защита прав потребителей при продаже им товаров и оказании связанных с этим услуг. Ответственность за нарушения законодательства в сфере торговли	2	2	-	-	18/-	22	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д. .

3.	Тема 3. Коммерческие службы торговых организаций Цели, функции и задачи коммерческой службы хозяйственного предприятия. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления	2	2	-	-	16/-	20	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис.	-	Р. Д.
4.	Тема 4. Коммерческая информация и коммерческая тайна Понятие и виды информации. Роль информации в коммерческой деятельности. Коммерческая тайна и способы ее защиты Информация как предмет коммерческого распространения. Технология и индустрия коммерческого распространения информации. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли. Привлекательность использования передовых технологий и электронной коммерции для развития бизнеса в России.	2	2	-	-	16/-	20	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д.
5.	Тема 5. Средства товарной информации. Товарные знаки Требования, предъявляемые к информации о товарах. Штриховое кодирование товаров. Маркировка товаров. Транспортная маркировка грузов. Назначение, виды и правовая охрана товарных знаков. Регистрация товарных знаков	2	2	-	-	16/-	20	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис.	-	Р. Д

6.	Тема 6. Реклама в коммерческой деятельности Сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности. Правовое обеспечение рекламной деятельности. Особенности рекламы отдельных видов товаров. Саморегулирование в области рекламы. Классификация и характеристика средств современной рекламы. Эффективность торговой рекламы.	1	2	-	-	16/-	19	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. Дис	-	Р. Д.
7.	Тема 7. Роль и место коммерческой деятельности в организации товародвижения. Основы построения процесса товародвижения. Основные этапы коммерческой деятельности	1	2	-	-	16/-	19	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	Т. К/р	Р. Д.
	Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)					-/2	2					
	Итого	12	16			116	144					
Семестр 2. Раздел 2.												
1.	Тема 8. Договоры в коммерческой деятельности Понятие о сделках и договорах, их классификация. Порядок заключения договора. Изменение и расторжение договора. Ответственность за нарушение обязательств по договору и обеспечение их исполнения. Виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности. Общие сведения о договоре купли-продажи.	1	2	-	-	9/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д.

2.	Тема 9. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров Сущность и значение закупочной работы. Особенности договора поставки, порядок его заключения, изменения и расторжения. Структура и содержание договора поставки. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках. Организация оптовых закупок товаров на товарных биржах. Организация проведения аукционных торгов.	2	2	-	-	9/-	14	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. К.с.	-	Р. Д.
3.	Тема 10. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли. Организация продажи товаров на оптовых рынках. Организация продажи товаров.	2	2	-	-	9/-	14	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О. К.с.	К.с.з..	Р
4.	Тема 11. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли Содержание коммерческой работы на предприятиях розничной торговли. Услуги розничной торговли. Методы стимулирования продаж товаров.	2	2	-	-	9/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	К.с.з..	Р. Д.
5.	Тема 12. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле Виды покупательского спроса и задачи его изучения. Понятие о торговом ассортименте. Особенности формирования ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле. Управление товарными запасами в торговле.	1	2	-	-	9/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	К.с.з..	Р. Д.

6.	Тема 13. Организация и технология складских операций Содержание и принципы организации складских операций. Технология операций по поступлению товаров на склад. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству. Технология хранения товаров на складе. Организация и технология отпуска товаров со склада. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий	1	1	-	-	10/-	12	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	-	Р. Д.
7.	Тема 14. Формы сотрудничества в коммерческой деятельности. Франчайзинг. Финансовая аренда (лизинг). Факторинг. Товарообменные операции (бартер).	1	1	-	-	11/-	13	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-3.2. 3-1 ОПК-3.2. У-2 ОПК-4.1. 3-1 ОПК-4.1. У-1 ОПК-4.2. 3-1 ОПК-4.2. У-1	О.	К.с.з.. .	Р. Д.
	Итого	10	12	-	-	66	88					
	Курсовая работа (Ср.Кр)					-/18	18					
	КАТТ					-/1	1					
	ИК					-/1	1					
	КАТТЭК					-/2	2					
	КЭ					-/2	2					
	Ср.Эк.					-/32	32					
	Итого за семестр	10	12			122	144					

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.), Групповая дискуссия (Дис.), Круглый стол (К.с.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.), Контрольные работы (К/р), комплексная ситуационная задача (К.с.з.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат (Р), доклад (Д.),

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Баженов Ю.К. Коммерческая деятельность: Учебник / Ю.К. Баженов, А.Ю. Баженов. М.: Дашков и К, 2023. - 286 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=431459>
2. Дашков П.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Солдатова Н.Ф., М.: Дашков и К, 2022. - 212 с.: - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=421525>
3. Иванов Г.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов Г.Г., Холин Е.С. - М.: ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М, 2024. - 384 с.: - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=435967>

Дополнительная литература:

1. Денисова Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие / Н.И. Денисова. Изд. МАГИСТР, 2022. – 480 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=399595>
2. Диянова С.Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова. Изд. МАГИСТР, 2020. – 384 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=354919>
3. Осипов, В. И. Контроль и аудит деятельности коммерческой организации: внешний и внутренний : учебное пособие / В.И. Осипов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 221 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=445978>
4. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность: учебник / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2022. - 212 с. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=421525>

Нормативные правовые документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.07.2013)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 02.11.2013)
3. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 30.12.2012) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013)
4. Федеральный закон Российской Федерации от 4 мая 2011 г. N 99-ФЗ"О лицензировании отдельных видов деятельности"
5. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 N 55 (ред. от 04.10.2012) "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2013)
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 02.07.2013) "О защите прав потребителей"

7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 "О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей"

8. Постановление Пленума ВАС РФ от 22.10.1997 N 18 "О некоторых вопросах, связанных с применением Положений Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре поставки"

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 декабря 2011 г. N 1081 г. Москва "О лицензировании фармацевтической деятельности"

10. Постановление Правительства РФ от 8 августа 2009 г. № 654 "О совершенствовании государственного регулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные средства"

11. Распоряжение Правительства РФ от 7 декабря 2011 г. N 2199-р «Об утверждении перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов»

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно - правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно - правовая система «Гарант»

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. www.minpromtorg.gov.ru – Базы данных Министерства промышленности и торговли РФ
3. www.rospotrebnadzor.ru – официальный сайт Федеральной службы в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека (Роспотребнадзор)

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. <http://www.rbc.ru> – Росбизнесконсалтинг
2. <http://www.retail.ru> – Ритейдеру и поставщику
3. <http://www.retailer.ru> - Ритейлнавигатор
4. Поисковые системы Yandex, Google, и др.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10
2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе:
 - Microsoft Word
 - Microsoft Excel
 - Microsoft Power Point
 - Microsoft Access
3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса
4. Файловый архиватор «7Zip»
5. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adobe Reader»
6. Системы электронного обучения и тестирования: Indigo, Moodle

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Коммерция в сфере обращения» обеспечена:
для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;
 для проведения занятий семинарского типа (практические занятия):
- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации, презентационным оборудованием
 для самостоятельной работы:
- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.
- Методические указания по написанию курсовых работ.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины **«Коммерция в сфере обращения»** в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен/зачет)	40
ИТОГО	100

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний, обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Тематика курсовых работ:

1. Организационно- правовые формы функционирования предприятий и особенности их использования в сфере обращения.
2. Организация коммерческой деятельности торгового дома (на примере...)

3. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия (на примере...)
4. Организация коммерческой деятельности оптово-посреднического предприятия (на примере...)
5. Организация коммерческой деятельности транспортного предприятия (на примере...)
6. Организация коммерческой деятельности предприятия сферы услуг (на примере...)
7. Организация коммерческой деятельности промышленного предприятия (на примере...)
8. Особенности организации коммерческой деятельности предприятия общественного питания (на примере...)
9. Особенности организации коммерческой деятельности на рынке...(на примере....)
10. Особенности организации коммерческой деятельности малого предприятия (на примере...)
11. Особенности организации семейного бизнеса (на примере...).
12. Разработка бизнес - плана (на примере...)
13. Совершенствование управления коммерческим предприятием (на примере...)
14. Роль и значение закупочной работы в коммерческой деятельности предприятия (на примере...)
15. Роль и значение сбытовой работы в коммерческой деятельности предприятия (на примере...)
16. Организация и совершенствование процесса МТО на предприятии.....
17. Исследование и моделирование бизнес - процессов на коммерческом предприятии (на примере....)
18. Прогнозирование и разработка стратегии коммерческой деятельности на предприятии (на примере....)
19. Влияние системы ценообразования на коммерческую деятельность предприятия (на примере....)
20. Реинжиниринг бизнес - процессов на коммерческом предприятии (на примере.....)
21. Организация и совершенствование плановой работы на коммерческом предприятии (на примере.....)
22. Особенности формирования и функционирования коммерческих служб в предприятии сферы обращения.
23. Развитие принципов и методов управления коммерческой деятельностью предприятий сферы обращения.
24. Системы информационного обеспечения коммерческой деятельности предприятий.
25. Современные способы и методы защиты коммерческой информации.
26. Средства стимулирования сбыта товаров и их совершенствование в предприятиях различных отраслей.
27. Организация обслуживания потребителей различных предприятий сферы обращения.
28. Цели и задачи рекламы в организации коммерческой деятельности.
29. Способы и средства продвижения товаров в коммерческих предприятиях.
30. Организационные формы сбыта товаров между производителями и предприятиями сферы обращения.
31. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.
32. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность.
33. Формы и значение торгово-посреднических структур в организации оптовой торговли.
34. Организация биржевой торговли.

35. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах).
36. Особенности организации коммерческой деятельностью предприятий массового питания.
37. Спрос и его влияние на сбалансированность ассортимента.
38. Оценка конкурентоспособности предприятий сферы обращения.
39. Процесс планирования стратегии предприятий сферы обращения.
40. Мерчендайзинг как способ продвижения товаров в торговом предприятии.
41. Особенности коммерческой деятельности в лизинговых компаниях.
42. Ценообразующие факторы и формирование цены на товар.
43. Сущность франчайзинга, его виды и регулирование.
44. Формы и методы коммерческих расчетов
45. Организация хозяйственных связей в сфере обращения.
46. Оценка эффективности коммерческой деятельности торговых предприятий
47. Выставка как инструмент воздействия на потребителей
48. Влияние развития розничных торговых сетей на сферу обращения (анализ данных Росстата)
49. Комплекс маркетинга как совокупность практических мер воздействия на рынок
50. Роль выставок среди инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций
51. Выставки как эффективный ресурс организации и проведения маркетинговых исследований
52. Влияние производственной компании на сферу обращения (на примере производственного предприятия)
53. Оценка влияния импортозамещения на сферу обращения
54. Тенденции и перспективы развития выставочной деятельности в России
55. Особенности построения торговых сетей формата «Торговый центр» и их влияние на сферу обращения (на примере компании «Киевская площадь»)
56. Всемирные выставки, их роль и значение
57. Особенности организации коммерческой деятельности в розничных торговых сетях (на примере крупной компании)
58. Развитие региональной торговой сети на принципах франчайзинга
59. Роль товарно-сырьевой и фондовой биржи в сфере обращения
60. Основные принципы организации выставочного пространства
61. Методы государственного регулирования сферы обращения за рубежом и в России
62. Дифференциация субъектов оптовой и розничной торговли в зависимости от величины товарооборота
63. Роль интернет-технологий в развитии торговой деятельности
64. Реклама как инструмент влияния на сферу обслуживания (на примере конкретных предприятий торговли)
65. Особенности развития оптовой и розничной торговли на современном этапе
66. BTL-технологии и место выставок в их системе.
67. Анализ развития малого бизнеса в стране

Перечень вопросов к зачету:

1. В чем различия между оптовой и розничной торговлей?
2. Какие выделяют типы организаций оптовой торговли? Каковы их задачи?
3. Какие существуют виды предприятий оптовой торговли? В чем различия между ними?
4. По какому признаку предприятия розничной торговли делятся на виды? Какие виды магазинов вы знаете?
5. По каким признакам магазины определенного вида подразделяют на типы? Приведите

примеры типов магазинов.

6. Дайте определение понятию "юридическое лицо".
7. В чем основное отличие коммерческих организаций от некоммерческих?
8. Перечислите основные организационно-правовые формы коммерческих организаций.
9. В чем отличие обществ с ограниченной ответственностью от акционерных обществ?
10. Какие организации относятся к некоммерческим?
11. На основании каких учредительных документов осуществляют свою деятельность юридические лица?
12. При соблюдении каких условий коммерческую деятельность могут осуществлять физические лица?
13. Что следует понимать под коммерческой деятельностью?
14. В чем заключается коммерческая деятельность в торговле?
15. Каковы цели государственного регулирования торговли?
16. Перечислите основные методы государственного регулирования коммерческой деятельности.
17. Какими законами регламентирована деятельность предприятий торговли?
18. Каков порядок проведения мероприятий по контролю, осуществляемых государственными органами и органами местного самоуправления?
19. Как осуществляется учет мероприятий по контролю торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями?
20. Каковы основные обязанности должностных лиц, осуществляющих государственный контроль?
21. Какие права имеют юридические лица и индивидуальные предприниматели при проведении мероприятий по контролю?
22. Какие права предоставлены потребителям Законом РФ "О защите прав потребителей"? Кратко охарактеризуйте их.
23. Кому и какие требования вправе предъявить потребитель в случае продажи ему товара ненадлежащего качества?
24. Каковы сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров и сроки удовлетворения их продавцом или изготовителем?
25. В каком порядке производится расчет с потребителем, приобретшим товар ненадлежащего качества?
26. В каких случаях и при соблюдении каких условий потребитель вправе обменять товар надлежащего качества?
27. Перечислите основные виды административных и уголовных правонарушений в области торговли.
28. Обоснуйте, что хозяйственные связи — неотъемлемая часть коммерческой деятельности.
29. Укажите, чему способствуют рациональные хозяйственные связи
30. Перечислите, что включает система хозяйственных связей. Охарактеризуйте сущность этапов формирования, оформления, функционирования хозяйственных связей.
31. Укажите, с учетом, каких принципов осуществляется организация коммерческих связей?
32. Какие функции выполняет договор поставки?
33. Выделите существенные условия договора поставки и купли-продажи.
34. Охарактеризуйте последовательность процесса заключения договора.
35. Укажите причины прекращения договорных обязательств.
36. Обоснуйте суть поиска поставщиков и конечный результат этой работы.

37. Какую информацию необходимо иметь коммерсанту о поставщике, при намерении заключить сделку?
38. Какие основные критерии оценки поставщиков применяют в процессе закупочной деятельности?
39. Объясните различия между источниками поступления товаров и поставщиками товаров.
40. Какие факторы влияют на решение коммерсанта о закупке товара?
41. Поясните, что предполагает маркетинговый подход к сбыту товаров.
42. Определите функции оптовых предприятий по отношению к клиентам-покупателям.
43. Что понимается под информацией и информационными ресурсами?
44. Что такое документ?
45. Как классифицируют сведения, составляющие государственную тайну?
46. Какая информация считается конфиденциальной? Приведите примеры.
47. Какова роль информации в коммерческой деятельности?
48. Перечислите основные виды информации, используемые в коммерческой деятельности.
49. Что такое коммерческая тайна? Каковы формы ее проявления?
50. На какие виды делится информация о товарах? Дайте их краткую характеристику.
51. Какие обязательные сведения должна содержать информация о товарах?
52. Какая дополнительная информация должна быть размещена на пищевых продуктах?
53. Какие данные должна содержать информация на непродовольственных товарах с учетом их вида и технической сложности?
54. Какие требования предъявляются к размещению информации на товарах?
55. Что такое штрихкод? Для чего необходимо штриховое кодирование товаров?
56. Какие существуют системы кодирования товаров? Дайте характеристику основным типам штрихкодов.
57. Что понимается под товарной маркировкой? Для чего она нужна?
58. Что является основными носителями производственной и торговой маркировки товаров?
59. Как классифицируют применяемые для маркировки товаров информационные знаки? Приведите примеры таких знаков.
60. Из чего состоит транспортная маркировка грузов? Какие функции она выполняет?
61. Что такое реклама? В чем особенности торговой рекламы, каковы ее задачи?
62. Что является основной целью законодательства о рекламе?
63. Каковы общие требования к рекламе?
64. Как осуществляется государственный контроль в области рекламы?
65. Какую ответственность несут участники рекламного рынка за ненадлежащую рекламу?
66. Каковы особенности рекламы алкогольных напитков, табака и табачных изделий?
67. Что следует понимать под процессом товародвижения?
68. Взаимодействием каких основных элементов обеспечивается функционирование процесса товародвижения?
69. Перечислите основные коммерческие и технологические операции, из которых состоит процесс товародвижения.
70. Какие факторы оказывают влияние на процесс товародвижения?
71. В каких формах может осуществляться процесс товародвижения? Чем обусловлен их выбор?
72. Что такое звенность товародвижения?
73. Перечислите основные принципы рациональной организации процесса

товародвижения.

74. Дайте характеристику основных этапов коммерческой деятельности.

75. В чем проявляется специфика коммерческой деятельности предприятий оптовой и розничной торговли?

Вопросы к экзамену

1. Сущность коммерческой деятельности.
2. Характеристика основных объектов коммерческой деятельности.
3. Инфраструктура оптовой торговли.
4. Инфраструктура розничной торговли.
5. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
6. Значение и методы государственного регулирования коммерческой деятельности.
7. Защита прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
8. Защита прав потребителей при продаже им товаров и оказании связанных с этим услуг.
9. Ответственность за нарушения законодательства в сфере торговли.
10. Цели, задачи и структура коммерческой службы.
11. Должностные обязанности работников коммерческой службы.
12. Этические принципы предпринимательства.
13. Понятие и виды информации.
14. Роль информации в коммерческой деятельности.
15. Коммерческая тайна и способы ее защиты.
16. Требования, предъявляемые к информации о товарах.
17. Штриховое кодирование товаров.
18. Маркировка товаров.
19. Транспортная маркировка грузов.
20. Назначение, виды и правовая охрана товарных знаков.
21. Регистрация товарных знаков.
22. Использование и прекращение правовой охраны товарных знаков.
23. Сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности.
24. Правовое обеспечение рекламной деятельности.
25. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
26. Саморегулирование в области рекламы.
27. Классификация и характеристика средств современной рекламы.
28. Эффективность торговой рекламы.
29. Основы построения процесса товародвижения.
30. Основные этапы коммерческой деятельности.
31. Понятие о сделках и договорах, их классификация.
32. Порядок заключения договора.
33. Изменение и расторжение договора.
34. Ответственность за нарушение обязательств по договору и обеспечение их исполнения.
35. Виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности.
36. Общие сведения о договоре купли-продажи.
37. Сущность и значение закупочной работы.
38. Особенности договора поставки, порядок его заключения, изменения и расторжения.
39. Структура и содержание договора поставки.
40. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках.
41. Организация оптовых закупок товаров на товарных биржах.

- 42 Организация проведения аукционных торгов.
- 43 Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли.
- 44 Организация продажи товаров на оптовых рынках.
- 45 Организация продажи товаров.
- 46 Содержание коммерческой работы на предприятиях розничной торговли.
- 47 Услуги розничной торговли.
- 48 Методы стимулирования продаж товаров.
- 49 Виды покупательского спроса и задачи его изучения.
- 50 Понятие о торговом ассортименте.
- 51 Особенности формирования ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле.
- 52 Управление товарными запасами в торговле.
- 53 Содержание и принципы организации складских операций.
- 54 Технология операций по поступлению товаров на склад.
- 55 Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству.
- 56 Технология хранения товаров на складе.
- 57 Организация и технология отпуска товаров со склада.
- 58 Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.
- 59 Франчайзинг.
- 60 Финансовая аренда (лизинг).
- 61 Факторинг.
- 62 Товарообменные операции (бартер).
- 63 Понятие рисков в коммерческой деятельности и их страхование
- 64 Экономический эффект и эффективность коммерческой деятельности
- 65 Порядок проведения мероприятий по контролю (надзору)
- 66 Порядок составления актов при проведении мероприятий по контролю (надзору) коммерческой деятельности предприятия
- 67 Меры по устранению выявленных недостатков товаров
- 68 Обязанности лиц, осуществляющих контроль (надзор)
- 69 Последствия продажи товаров ненадлежащего качества
- 70 Сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров
- 71 Порядок расчетов с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества
- 72 Права потребителя, установленные законом при продаже товаров

Типовые практические задания к зачету / экзамену

1. По результатам маркетинговых исследований реализованный спрос населения региона X в прошедшем году составил 300 млн. руб., а в текущем он возрос еще на 50 млн. руб. Цена за единицу товара X за тот же период снизилась на 10% и составила 300 руб. Эластичен ли спрос на товар X по цене?

2. Оптовое предприятие реализует три вида продукции А, Б, В. Руководство, проводя наблюдение в течении некоторого периода, выявило следующие закономерности: при увеличении цены объемы реализации продукции А не меняются, продукция Б – постепенно уменьшаются, продукции В – резко уменьшаются. При снижении цен объемы реализации продукции А остаются на том же уровне, продукции Б – постепенно увеличиваются, продукции В – резко возрастают. Спрос, на какую продукцию эластичен по цене?

Тематика деловой/ролевой игры

1. Тема (проблема) - разработка и совершенствование системы организации коммерческой деятельности, включая закупочную и отпускную деятельность на предприятии торговли (как на вновь открываемом, так и уже функционирующем)
2. Концепция игры – деловая игра позволяет получить опыт создания и регулирования системы организации коммерческой деятельности, включая деятельность по оптовой закупке и розничной продаже товаров на предприятии торговли. Деловая игра моделирует процессы подготовки, создания и регулирования коммерческой деятельности на предприятии торговли. В процессе деловой игры участники проверяют эффективность функционирования системы коммерческой деятельности на предприятии торговли
3. Роли:
 - собственники предприятия;
 - руководители предприятия (разных подразделений) торговли;
 - работники разных подразделений.
4. Ожидаемые результаты: разработка экономически обоснованной и результативной системы коммерческой деятельности на предприятии торговли.

Задания для решения комплексного ситуационного задания

1. Определить объем производства и реализации продукции на четвертый квартал в натуральных и стоимостных показателях, а также объем поставки в стоимостном выражении. Используя приведенные в таблице 1 исходные данные.

Таблица 1 Исходные данные для расчета

Продукция	Портфель заказов на поставку в 4 кв., тыс. шт.	Отпускная цена, руб.	Остатки готовой продукции, тыс. шт.			
			На 01.10		На конец квартала	
			на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной	на складе готовой продукции	Продукции отгруженной, но не оплаченной
Изд.А	135,0	247,0	3,4	6,3	4,0	4,5
Изд.Б	210,0	560,0	8,9	4,2	6,3	7,0
Изд.В	2050,0	985,0	51,8	73,0	61,5	68,0

:

2. На планируемый квартал завод заключил договоров и получил заказов на сумму 145млн. руб. Остатки на начало квартала составляют:

на складе готовой продукции - 3,6 млн. рублей

в товарах отгруженных, но не оплаченных - 2,5 млн. рублей.

Норматив запаса готовой продукции составляет 2 млн. руб. В планируемом периоде реализованной считается продукция по факту оплаты, однако, стабильным потребителям и дилерам отгрузка осуществляется под прошедшие через банк потребителя платежные поручения. Удельный вес данной группы потребителей составляет порядка 40% объема поставки. При этом средний срок пробега платежных документов и отсрочки платежа составляет 5 дней. Определить план производства и объем реализации продукции на планируемый квартал.

3. Подшипниковый завод производит широкий ассортимент подшипников. На основании сформированного отделом сбыта портфеля заказов подшипник «А» отгружается вагонами, автомашинами, в контейнерах, с использованием многооборотной тары, а также малой скоростью. Расчетное количество дней, необходимое для отправки данного подшипника каждому потребителю, колеблется от 1 до 15 дней. В таблице 2 приведены данные о программе выпуска подшипника «А» и затратах времени для подготовки его отправки по видам отгрузки.

Таблица 2

Показатели	Производство и отгрузка подшипника по видам в 3 квартале тыс. шт.	Средневзвешенное количество дней, необходимое для отправки
Виды отгрузки: - вагонами	21,9	6,7
- контейнерами	48,2	2,0
- автомашинами	30,7	3,9
- малой скоростью	98,6	1,0
- многооборотной тарой	1,9,6	1,5
Всего:	219,0	

Примечание:

Оптовая цена подшипника «А» за одну штуку составляет 150 рублей

Определить величину запаса подшипника на складе готовой продукции в днях, штуках, рублях.

4. Определить оптимальную величину серии выпускаемой продукции и среднегодового запаса, соответствующих минимальным суммарным издержкам по складированию продукции и подготовке производства.

Исходные данные:

1. Возможный выпуск товара «А» за год составляет 264 тыс. штук.

2. Объем реализации за год - 60 тыс. штук

3. Средние переменные издержки - 20 дол.

4. Издержки по подготовке производства на каждую серию - 3200 дол.

5. Издержки по складированию готовой продукции составляют 22% от стоимости среднегодового запаса.

5. Рассчитайте необходимое количество рабочих мест контролеров-кассиров для проектируемого магазина «Универмаг» с торговой площадью 1200 кв. м на основании следующих данных:

площадь торгового зала, приходящаяся на одного покупателя согласно СНиП – 2,5 кв. м;

среднее время расчета с одним покупателем – 40 сек.;

коэффициент использования рабочего времени кассира – 0,9.

Тематика рефератов, докладов

1. Роль оптовой торговли в сфере товарного обращения.
2. Тенденции развития оптовой торговли в России на современном этапе.
3. Сущность и функции оптовой торговли в сфере товарного обращения.
4. Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
5. Оптовые торговые организации и их виды.

6. Формы кооперации и интеграции в оптовой торговле в условиях глобализации экономики.
7. Организация закупок материальных ресурсов на предприятии
8. Обеспечение товарными ресурсами предприятия розничной (оптовой) торговли
9. Формирование коммерческих связей и путей товародвижения
10. Организация коммерческих сделок
11. Организация выбора поставщика товара в коммерческой деятельности предприятия
12. Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам и пути ее совершенствования
13. Розничная торговля и ее содержание.
14. Виды розничной торговли.
15. Коммерческая и торговая деятельность – общие черты и отличия.
16. Розничная торговая сеть и перспективы ее развития.
17. Специализация розничной торговой сети.
18. Размещение и структура современной розничной торговой сети.
19. Сущность понятия «прогноз спроса потребителей».
20. Основные факторы, формирующие спрос на потребительские товары.
21. Формы проявления спроса учитываются при организации коммерческих операций, которые влияют на решения о покупке (продаже) товара.
22. Методы, используемые в торговом предприятии для выявления устойчивости тенденций (тренда) развития спроса в ретроспективе.
23. Методы прогнозирования спроса.

Коллоквиум (вопросы по темам/разделам дисциплины)

1. Особенности формирования ассортимента в коммерческих организациях и предприятиях разной специализации;
2. *Оптовая и розничная торговля в современных условиях: проблемы и тенденции*
3. *Выбор квалифицированных контрагентов товаров*
4. *Коммерческое обозначение, фирменное наименование, товарный знак*
5. *Современные средства рекламы товаров, работ и услуг*
6. Товарные запасы и их роль в формировании ассортимента;
7. Содержание коммерческой работы по оптовым закупкам;
8. Выбор поставщика товаров как важная часть коммерческой работы;

Перечень тем для проведения групповой дискуссии

1. Оптовая и розничная торговля в современных условиях: проблемы и тенденции
2. Выбор квалифицированных контрагентов товаров
3. Коммерческое обозначение, фирменное наименование, товарный знак
4. Современные средства рекламы товаров, работ и услуг
5. Какую роль в экономике играют предприятия сферы обращения?
6. Обоснуйте классификацию макрофакторов, влияющих на предприятия сферы обращения.
7. Дайте характеристику разным видам предприятий сферы обращения?
8. Какие коммерческие функции выполняют предприятия сферы обращения?

Перечень тем для проведения круглого стола

1. Какие факторы, влияющие на коммерческую деятельность, вы отнесли бы к внутренним?
2. Роль оптовой торговли в сфере товарного обращения
3. Какие стороны коммерции должны регулироваться договорами?
3. Какую структуру должен иметь договор?
4. Перечислите основные нормативно-правовые документы регулирующие вопросы коммерческой тайны?
5. Охарактеризуйте последовательность этапов осуществления коммерческой деятельности товаропроизводителями?

Типовые тестовые задания

1.Задание

Что такое «глубина» товарной номенклатуры?

- а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы
- б) это общая численность ассортиментных групп
- в) это варианты предложения каждого отдельного товара ассортиментной группы
- г) нет правильного ответа

2.Задание

Какие особенности не характерны для рынка товаров промышленного назначения:

- а) на нем меньше покупателей
- б) покупатели товаров профессионалы
- в) спрос на товары промышленного назначения не меняется
- г) нет правильного ответа

3. Задание

В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов:

- а) «рынок покупателя»
- б) «рынок продавца»
- в) равновесный рынок
- г) продавцы конкурируют (в той или иной степени) всегда

4. Задание

В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий
- б) предпринимательство представляет собой организационно – производственную деятельность
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства

5. Задание

К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров
- б) хранение товаров
- в) изучение и прогнозирование спроса
- г) подсортировка товаров
- д) заключение договоров на поставку товаров
- е) рекламно-информационная работа

6. Задание

Коммерческая деятельность торгового предприятия опирается на комплекс наук: (укажите лишнее)

- а) экономика
- б) философия
- в) маркетинг

- г) право
- д) менеджмент

7. Задание

К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:

- а) риск потери контроля над фирмой
- б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму
- в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу
- г) верно все

8. Задание

Собственник денежного капитала, фирмы - это:

- а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы
- б) только владелец контрольного пакета
- в) только владелец 51 % акций фирмы
- г) корпорация как физическое лицо

9. Задание

Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы
- б) не может повлиять на размер своего дохода
- в) отделен от управления

10. Задание

Что из приведённого ниже не относится к активной части основных фондов:

- а) торгово-технологическое оборудование
- б) подъёмно-транспортные устройства
- в) средства малой механизации
- г) автомобильный транспорт
- д) здания

11. Задание

Сведения, которые уже где-то существуют, будучи ранее собранными, для других целей - это информация:

- а) Первичная
- б) Вторичная

12. Задание

Перечисленные ниже утверждения относятся к достоинствам:

- быстрый сбор
- относительно недорого
- возможность сопоставления данных из нескольких источников
- невозможность получить необходимые сведения самостоятельно
- весьма достоверна; дает более полное представление о рассматриваемых проблемах

- а) первичной информации
- б) вторичной информации

13. Задание

Перечисленное ниже утверждение относится к:

выработка и принятие решений осуществляются руководителем совместно с подчинёнными, исполнители знают свой круг обязанностей и чётко взаимодействуют друг с другом.

- а) демократическому стилю управления
- б) директивному стилю управления

14. Задание

Перечисленные ниже утверждения относятся к недостаткам:
слабо учитываются постоянно изменяющиеся внутренние и внешние условия деятельности торгового предприятия;

нерациональное распределение информационных потоков;
превышаются нормы управляемости, особенно у руководителей высшего звена.

- а) линейно-функционального управления;
- б) матричного управления;
- в) функционального управления;
- г) дивизионального управления.

15. Задание

Основная причина существования оптовой торговли, как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:

- а) увеличивает эффективность распределения продуктов
- б) способствует росту продаж фирмы-производителя
- в) способствует росту продаж розничных торговцев
- г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

16. Задание

Продвижение товара - это:

- а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью
- б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем
- в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации
- г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара

17. Задание

Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

- а) специальные купоны на упаковке
- б) бесплатные образцы
- в) распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь
- г) демонстрация (образцов товаров)

18. Задание

Оптовая ярмарка-выставка отличается от продовольственного рынка:

- а) нет отличий
- б) эпизодичностью поведения
- в) организацией проведения

19. Задание

Кто из перечисленных посредников не относится к зависимым?

- а) брокер
- б) комиссионер
- в) дилер
- г) агент

20. Задание

С чем связано появление маркетинга в коммерческой деятельности торгового предприятия?

- а) технический прогресс

- б) обострение конкуренции товаропроизводителей
- в) расширение торговых связей
- г) обострение конкуренции покупателей

Задание для контрольной работы

Задача 1

Определить оптимальные параметры поставок материалов (сырья) одного вида (оптимальный размер одной поставки, средний текущий запас, точку заказа, интервал между поставками, число поставок, минимальные годовые затраты) при соблюдении сроков поставки по исходным данным. Сделать выводы.

Исходные данные:

Годовая потребность в материалах = 1200 шт.

Стоимость хранения единицы материала в месяц = 280 ден. ед.

Стоимость заказа и доставки одной партии, в т.ч. НДС = 420 ден. ед.

Время доставки материала от поставщика = 25 дней.

Задача 2

Компания «А», занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта на юго-востоке Москвы. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

Задача 3

Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих данных:

площадь торгового зала – 200 кв. м,

площадь выкладки товаров – 120 кв. м,

площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м.

При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.

Задача 4

Фирма-дистрибьютор получает товары от большого количества поставщиков и рассылает их покупателям по почте. Циклическое изменение потребности в складских площадях постоянно и составляет в течение года: I квартал – 60 000 кв.м,

II квартал – 100 000 кв.м,

III квартал – 120 000 кв.м,

IV квартал – 100 000 кв.м.

При строительстве собственного склада постоянные издержки составляют 600 000 долл., а переменные – 10 долл./кв. м. Издержки на эксплуатацию составляют 0,1 долл./кв. м в год. При аренде общественного склада плата составляет 0,95 долл./кв. м. Определить, нужно ли строить собственный склад при сроке эксплуатации 20 лет? Если да, то какой площади – 60 000 кв.м, 100 000 кв.м или 120 000 кв.м (с дополнительной арендой общественных складов или с недогрузкой собственного склада)? Расчет оформить в виде таблицы.

Задача 5

Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«зачтено» «отлично»	ОПК-3 ОПК-4	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	Знает верно и в полном объеме: мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства, предлагать решения для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне. Умеет верно и в полном объеме: Определять ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения и оценивать вероятные риски и ограничения времени поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределённости	Продвинутый
70 – 84 баллов	«зачтено» «хорошо»	ОПК-3 ОПК-4	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	Знает с незначительными замечаниями: мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства, предлагать решения для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне. Умеет с незначительными замечаниями: Определять ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения и оценивать вероятные риски и ограничения времени поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределённости	Повышенный
50 – 69 баллов	«зачтено» «удовлетворительно»	ОПК-3 ОПК-4	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	Знает на базовом уровне: мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства, предлагать решения для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне. Умеет на базовом уровне: Определять ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения и оценивать вероятные риски и ограничения времени поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределённости	Базовый

менее 50 баллов	«не зачтено» «не удовлетвори тельно	ОПК-3 ОПК-4	ОПК-3.2 ОПК-4.1 ОПК-4.2	Не знает на базовом уровне: мотивы и закономерности поведения экономических субъектов, ситуации на различных рынках, динамику уровня цен и объемов производства, предлагать решения для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне. Не умеет на базовом уровне: Определять ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения и оценивать вероятные риски и ограничения времени поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределённости	Компетен- ции не сформи- рованы
-----------------------	--	----------------	-------------------------------	--	--

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.19 КОММЕРЦИЯ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ

Направление подготовки **38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль) программы Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар 2022

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Коммерция в сфере обращения» является формирование у студентов навыков использования различных методов торгово-технологического проектирования в решении задачи выбора оптимальных инструментов ведения бизнеса в торговле с использованием современных технологий организации и управления предприятием сферы торговли

Задачами учебной дисциплины «Коммерция в сфере обращения» являются:

- формирование навыков анализа мотивов и закономерностей поведения экономических субъектов, ситуаций на различных рынках, динамики уровня цен и объёмов производства, предложений решений для проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне;
- формирование навыков определения ресурсного обеспечения для поиска и внедрения организационно-управленческих решений;
- формирование навыков оценки вероятности рисков и ограничений времени поставленных профессиональных задач, осуществления выбора наиболее оптимальных решений, в том числе, в условиях неопределённости.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Субъекты коммерческой деятельности
2	Тема 2. Государственное регулирование коммерческой деятельности
3	Тема 3. Коммерческие службы торговых организаций
4	Тема 4. Коммерческая информация и коммерческая тайна
5	Тема 5. Средства товарной информации. Товарные знаки
6	Тема 6. Реклама в коммерческой деятельности
7	Тема 7. Роль и место коммерческой деятельности
8	Тема 8. Договоры в коммерческой деятельности.
9	Тема 9. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров
10	Тема 10. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров
11	Тема 11. Коммерческая работа на предприятиях розничной торговли
12	Тема 12. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле
13	Тема 13. Организация и технология складских операций
14	Тема 14. Формы сотрудничества в коммерческой деятельности
Трудоемкость дисциплины составляет 8 з.е. / 288 часов	

Форма контроля – зачет (1 семестр), экзамен, курсовая работа (2 семестр)

Разработчик:

З.Х. Моламусов, доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова