

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Дисциплина Б1.В.ОД.1 Коммерческая деятельность**

**Семестр 2**

**Количество часов: 252**

**Количество зачетных единиц: 7**

**Промежуточная аттестация: экзамен**

### **Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Коммерческая деятельность» включена в базовую часть учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин «Социология», «Правоведение», «Экономическая география и регионалистика» и «Региональные рынки», «Статистика». Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин «Организация торговой деятельности», «Технологии продаж», «Транспортное обеспечение коммерческой деятельности», «Управление закупками и поставками», «Организация коммерческой деятельности в торговых сетях».

### **Цель и задачи освоения дисциплины**

Цель освоения дисциплины Коммерческая деятельность - формирование у студентов управленческого мышления, способности решать хозяйственные, социальные и психологические проблемы с использованием современных приемов и средств; овладение навыками коммерческой деятельности; формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности (в соответствии с ФГОС, п.4.4):

- в области организационно-управленческой деятельности:  
сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;  
изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;  
соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;  
выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров; повышение качества торгового обслуживания потребителей; управление товарными запасами и их оптимизация;

организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или логистической, или рекламной, или товароведной);

- в области научно-исследовательской деятельности: организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;

проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками; участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

**Содержание дисциплины:** Понятие и история развития коммерческой деятельности. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Методы исследования, организации и моделирования коммерческой деятельности. Сферы применения коммерческой деятельности. Объекты коммерческой деятельности, их характеристика. Субъекты коммерческой деятельности, их характеристика. Роль информации в управлении коммерческой деятельностью. Защита коммерческой информации. Основы коммерческой деятельности основных субъектов рынка. Сущность и особенности международной коммерческой деятельности. Содержание государственного регулирования и регламентации коммерческой деятельности. Основы финансового и материально-технического обеспечения коммерческой деятельности предприятий. Риск в коммерческой деятельности.

**В результате освоения учебной дисциплины** обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК), профессиональными (ПК) и профильными (ПрК) компетенциями:

ОК-6 - способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности ПК-10 - способностью проводить научные, в том числе маркетинговые исследования в профессиональной деятельности

ПК-7 - способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

ПрК-7 - способностью исследовать основные факторы, формирующие динамику спроса на товары и услуги организации в условиях глобальной конкуренции

ПрК-8 - способностью исследовать рынки закупок товаров и услуг, оценивать предложения поставщиков и осуществлять их выбор

#### **Образовательные технологии:**

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием дисциплины; при подготовке к аудиторным занятиям и выполнении заданий самостоятельной работы следует руководствоваться методическими указаниями.

Обучение по дисциплине предполагает аудиторные занятия и самостоятельную работу. Аудиторные занятия проводятся в виде:

1) лекций, предусматривающих передачу учебной информации преподавателем обучающимся;

2) практических занятий (семинаров, практикумов, лабораторных занятий), обеспечивающих закрепление полученного знания, отработку планируемых навыков и получения опыта деятельности, способствующих формированию компетенций.

Лекция является важным источником информации, так как новый учебный материал не всегда находит отражение в учебниках, отдельные темы учебника

могут быть трудны для самостоятельного изучения и требуют освоения в контакте с преподавателем. В вузовском обучении в условиях стационара лекция является основной формой учебных занятий. Чтение лекций поручается обычно самым опытным и теоретически подготовленным ученым - профессорам и доцентам, докторам и кандидатам наук.

Лекция помогает ему выбрать правильный, наиболее рациональный путь в своей самостоятельной учебе. Отсюда вытекают и ее функции: информационная, знакомит с отдельной проблемой, раскрывает особенности конкретной темы.

**Составитель:** И.И. Лиценберг, кафедра коммерческого товароведения