

## АННОТАЦИЯ

по дисциплине

Б.1.2.14 «Организация коммерческой деятельности предприятий в промышленности»

направления подготовки  
38.03.06 «Торговое дело»  
Профиль Б1 «Коммерция»

форма обучения – заочная  
курс – 3  
семестр – 6  
зачетных единиц – 6  
часов в неделю – 10  
всего часов – 216  
в том числе:  
лекции – 42  
коллоквиумы – 12  
практические занятия – 54  
лабораторные занятия – нет  
самостоятельная работа – 108  
зачет – нет  
экзамен – 6 семестр  
РГР – нет  
курсовая работа – нет  
курсовой проект – 6 семестр

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Организация коммерческой деятельности предприятий в промышленности» является освоение теоретических знаний в области методологии и организации коммерческой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения;
- изучение методов организации и развития коммерческой деятельности;
- овладение методологией коммерческой деятельности на рынке товаров;
- овладение методами управления коммерческими процессами торговых предприятий;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности;
- определение результативности коммерческой деятельности предприятия.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности на предприятиях промышленности» базируется на дисциплинах гуманитарного, социального и экономического, математического и естественнонаучного циклов: Экономическая теория, Математика, Информатика, Экология и Правовое регулирование профессиональной деятельности. Из дисциплин профессионального цикла «Организация коммерческой деятельности на предприятиях промышленности» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами Статистика, Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия, Теоретические основы товароведения, Экономика организации и Менеджмент.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Студент должен в результате освоения дисциплины обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) –3

ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

	<p><u>Б.1.2.14</u> «<u>Организация</u> <u>коммерческой</u> <u>деятельности</u> <u>предприятий в</u> <u>промышленное</u> <u>ти</u>»</p>	<p><u>Знает:</u> основы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, а также основные понятия, цели, задачи, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности; - методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы; - договоры в коммерческой деятельности: порядок заключения, контроль за исполнением; - государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности товарного рынка</p>	<p>Лекции. Контрольная работа Практические занятия. Организация самостоятельной работы студентов Курсовой проект</p>
		<p><u>Умеет:</u> выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, а также: - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение; - осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты</p> <p><u>Владеет:</u> методами выявления и</p>	<p>Лекции. Контрольная работа Практические занятия. Организация самостоятельной работы студентов Курсовой проект</p>
		<p>удовлетворения потребностей покупателей товаров, формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, методами анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка, а также: - аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой деятельности</p>	<p>Лекции. Контрольная работа Практические занятия. Организация самостоятельной работы студентов Курсовой проект</p>

предприятиях; -умениями и навыками документационного информационногообеспечения коммерческойдеятельности организации; -опытом работы с действующимифедеральными законами,нормативнымии техническимидокументами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; - осуществлятьвыборканалов распределения,поставщикови торговых посредников