

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Коммерция и инжиниринг бизнес-процессов»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б. 1.1.13 «Коммерческая деятельность»

направления подготовки

«Торговое дело»

Профиль: Б1 «Коммерция»

форма обучения – заочная

курс – 1,2

семестр – 2,3

зачетных единиц – 4/4, 8

часов в неделю – 4

всего часов – 144/144, 288,

в том числе:

лекции – 8/8, 16

коллоквиумы – нет

практические занятия – 12/12, 24

лабораторные занятия – нет

самостоятельная работа – 124,124, 248

зачет – нет

экзамен – 2,3 семестр

РГР – нет

курсовая работа – нет

курсовой проект – нет

1. Цели и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины Коммерческая деятельность 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 ОПОП ВО

Дисциплина Коммерческая деятельность базируется на дисциплинах: Экономическая теория, Математика, Информатика, Экология, Правовое регулирование профессиональной деятельности. Коммерческая деятельность 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

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (ОК-2, ОК-5, ОПК-3, ПК-6, ПК-8, ПК-9):

культурными компетенциями:

особностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);

особностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5);

профессиональными компетенциями:

умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3);

профессиональными компетенциями организационно-управленческой деятельности:

особностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);

готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

- готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9).

**44. Распределение трудоемкости (час.) дисциплины по темам
и видам занятий**

№	№ Те-мы	Наименование темы	Часы/ Из них в интерактивной форме					
			Всего	Лек-ции	Коллок-виумы	Лабораторные	Практически	СРС
2	3	4	5	6	7		8	9
II семестр								
4	1	Понятие и сущность коммерческой деятельности	28	4			4	16
5	2	Товарный рынок как сфера коммерческой деятельности	8	2			2	4
6	3	Исследование товарных рынков	8	2			2	4
8	4	Объекты и субъекты коммерческой деятельности	16	4			4	8
9	5	Психология и этика коммерческой деятельности	8	2			2	4
0	6	Деловая переписка в коммерческой деятельности	10	2			4	4
1	7	Коммерческая информация и ее защита	10	2			4	4
2	8	Организация хозяйственных связей в торговле	8	2			2	4
3-4	9	Договорная работа в коммерческой деятельности	16	4			4	8
5-	10	Оценка результатов	32	4	4		8	16

8		коммерческой деятельности						
II семестр			144	28	8		36	72
III семестр								
1	11	Формы и методы коммерческих расчетов	22	2	4		4	12
2-3	12	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	16	4			4	8
4	13	Организация оптовой торговли на выставках, ярмарках, аукционах	8	2			2	4
5	14	Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	8	2			2	4
6	15	Коммерческая работа по розничной продаже то	10	2			4	4
7-8	16	Управление ассортиментом товаров в розничной торговле	16	4			4	8
9	17	Формирование и планирование товарных запасов	10	2			4	4
10	18	Организация и управление процессами товародвижения	10	2			4	4
11-14	19	Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития коммерческой деятельности	28	4	4		4	16
15	20	Организационно-экономи ческие особенности лизинга и факторинга	10	2			4	4
16	21	Франчайзинг в рыночной экономике	6	2				4
III семестр			144	28	8		36	72
II и III семестры			288	56	16		72	144

5. Содержание лекционного курса

Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции	Учебно-методическое обеспечение
2	3	4	5
4	1-2	<p>Сущность и задачи коммерческой деятельности на товарном рынке.</p> <p>Концепция коммерческой деятельности.</p> <p>Содержание коммерческой деятельности и тенденции ее развития. Факторы, влияющие на результаты коммерческой деятельности.</p>	1-5
2	3	<p>Модель товарного рынка. Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения.</p>	1-6
2	4	<p>Содержание исследования товарного рынка. Изучение потребительского спроса и методы его прогнозирования. Ценообразующие факторы и формирование цены товара</p>	1-6
4	5-6	<p>Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности. Характеристика услуг как объекта коммерческой деятельности.</p> <p>Классификация и характеристика субъектов коммерческой деятельности. Характеристика организационно-правовых форм субъектов коммерческой деятельности. Характеристика объединений субъектов коммерческой деятельности.</p>	1-6
2	7	<p>Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Этикет предпринимателя-коммерсанта</p>	1-5
2	8	<p>Организация и ведение деловых переговоров. Деловые письма в коммерческой работе</p>	1-4, 9
2	9	<p>Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны. Обеспечение защиты коммерческой тайны.</p>	1-5
2	10	<p>Сущность и порядок регулирования</p>	1-6

		хозяйственных связей в торговле. Заявки и заказы на товары. Прямые договорные связи и оценка их эффективности. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.	
4	11-12	Коммерческие сделки и договора. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров. Содержание договора поставки. Ответственность сторон за нарушение условий договора. Коммерческий риск участников сделки и способы его снижения	1-6
4	13-14	Понятие «результат» в коммерческой деятельности. Направления оценки эффективности коммерческой деятельности. Система показателей для оценки эффективности коммерческой деятельности: показатели финансовой устойчивости; показатели ликвидности предприятия; показатели прибыльности (рентабельности) предприятия.	1-6, 10
2	15	Наличная форма расчетов в коммерческой деятельности. Безналичная форма расчетов в коммерческой деятельности. Порядок открытия счетов в банке. Расчеты в иностранной валюте.	1-6, 10
4	16-17	Сущность, роль и содержание закупочной работы. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.	1-6, 10
2	18	Организация оптовой торговли на ярмарках: значение и виды оптовых ярмарок; организация работы оптовой ярмарки; порядок заключения договоров на ярмарке. Особенности выставочной торговли. Особенности аукционной торговли.	1-6, 9-10
2	19	Сущность, роль и содержание коммерческой работы по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.	1-6, 9-10
2	20	Организация коммерческой работы по розничной	1-5

		продаже товаров. Методы розничной продажи товаров. Организация оказания торговых услуг розничным покупателям.	
4	21-22	Понятие о товарном ассортименте. Показатели, характеризующие состояние ассортимента. Факторы, определяющие построение торгового ассортимента. Принципы построения и этапы формирования ассортимента товаров магазина. Формирование ассортимента в розничной торговле. Контроль за состоянием ассортимента товаров в магазине.	1-6
2	23	Формирование и планирование товарных запасов. Оптимизация объемов запасов и наличности, методы их определения. Регулирование товарных запасов.	1-6
2	24	Сущность, значение и характеристика товародвижения в современных условиях. Каналы распределения, критерии их выбора и эффективность.	1-6
4	25-26	Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле.	1-6, 9-10
2	27	Сущность лизинга, его формы, типы и виды. Порядок заключения и исполнения договора лизинга. Экономические основы лизинга. Сущность факторинга	1-6, 9-10
2	28	Сущность франчайзинга и история его развития. Виды франчайзинга. Правовое регулирование франчайзинга в России. Экономические основы развития франчайзинга.	1-6, 9-10

6. Содержание коллоквиумов

Всего часов	№ коллоквиума	Тема коллоквиума. Вопросы, отрабатываемые на коллоквиуме	Учебно-методическое обеспечение
2	3	4	5
4	1	<p>История развития коммерции в России и за рубежом</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие коммерции в России: периоды, этапы, их содержание и эволюция. 2. Особенности развития коммерции в зарубежных странах: Германии, Франции, США и Японии. 3. Реформирование и тенденции развития коммерции в высокоразвитой рыночной экономике. 	1-3, 5-6
4	2	<p>Результаты коммерческой деятельности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль. 2. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. 	1-6
4	3	<p>Методы исследования, организации и моделирования коммерческой деятельности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация методов исследования коммерческой деятельности. 2. Методы организации коммерческой деятельности. 3. Изучение классификации переменных 	1-6

		<p>величин в коммерции, связанных между собой функциональной зависимостью.</p> <p>4. Освоение методик решения задач по анализу коммерческой деятельности с использованием ПЭВМ в системе электронных таблиц (приложения «Microsoft Excel»).</p>	
8	4	<p>Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правовая и нормативная база государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий (организаций). 2. Государственное регулирование во внутренней торговле РФ. 3. Дерегулирование. 4. Техническое регулирование. 5. Правила торговли. 	1-6

7. Перечень практических занятий

Всего часов	№ занятия	Тема практического занятия. Вопросы, отрабатываемые на практическом занятии	Учебно-методическое обеспечение
2	3	4	5
4	1-2	Выявление факторов внешней и внутренней среды коммерческого предприятия. Методы анализа и использование внутренних и внешних факторов для решения коммерческих задач. – (учебные задания, ситуации для анализа)	1-6
2	3	Изучение комплексной программы развития инфраструктуры товарных рынков Российской Федерации. Емкость, доля, конъюнктура рынка и методы их определения. «Исследование товарных рынков» - творческое задание.	1-6

2	4	Изучение потребительского спроса. Анкетирование потребителей. Методы прогнозирования спроса. – (учебные задания, ситуации для анализа, задачи)	1-6, 9
4	5-6	Оценка качества товаров и услуг (учебные задания, ситуации для анализа, задачи). Деловая игра «Организация собственного бизнеса»	1-6
2	7	Тренинговое занятие личные и профессиональные качества – коммерсанта (кейс-стади, тесты)	1-6
4	8-9	Составление коммерческих запросов, оферты, рекламаций – (учебные задания, групповая работа)	1-6, 10
4	10-11	Информация о покупателях и мотивах покупок, о требованиях рынка к товару, о конъюнктуре рынка, о конкурентной среде. Социально-экономические показатели региона и их использование в коммерческой деятельности. Использование коммерческой информации в практической деятельности торговых организаций. Составление отчета о внешней среде – (учебные задания, ситуации для анализа, работа со статистическими данными, групповая работа).	1-6, 10
2	12	Определение объемов закупок и продаж товаров – (задачи)	1-6
4	13-14	Заключение договоров купли-продажи. Оценка эффективности хозяйственных связей. Определение риска участников коммерческой сделки – (учебные задания, групповая работа).	1-6
8	15-18	Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия. Расчет показателей финансовой устойчивости, ликвидности, прибыльности (рентабельности). Выявление факторов, обуславливающих результативность коммерческой деятельности. Анализ и планирование товарооборота предприятий торговли. Расчет точки	1-6, 10

		безубыточности при закупке и продаже товаров – (задачи, учебные задания).	
4	19-20	Характеристика основных форм и методов коммерческих расчетов. Выявление преимуществ и недостатков.	1-6, 10
4	21-22	Изучение рынка сырья и материалов. Определение потребности и разработка плана закупок. Прием продукции по количеству и качеству. Выбор поставщиков – (учебные задания, ситуации для анализа, задачи).	1-6, 8
2	23	Деловая игра «Аукцион». Доклады по теме.	1-6. 9
2	24	Прогнозирование продаж. Планирование объемов продаж. Оперативная сбытовая работа – (задачи, учебные задания).	1-4, 6-8
4	25-26	Классификация методов продажи товаров. Разработка технологии продаж и оценка их эффективности – (учебные задания, доклады.)	6-8
4	27-28	Формирование ассортимента товаров. Определение полноты и устойчивости ассортимента. Планирование ассортимента. Разработка ассортиментной политики – (учебные задания, задачи).	1-6
4	29-30	Определение объема товарных запасов. Учет товарных запасов. Управление товарными запасами – (учебные задания, задачи).	1-6
4	31-32	Выбор и проектирование каналов товародвижения. Учет затрат на товародвижение – (учебные задания, задачи).	1-6
4	33-34	Оценка финансового состояния торгового предприятия. Разработка технической политики торгового предприятия. Определение структуры МТБ торгового предприятия. Оценка эффективности использования основных фондов торгового предприятия – (учебные задания, задачи)	1-6
4	35-36	Расчет лизинговых платежей – (задачи).	1-6

8. Перечень лабораторных работ

Всего часов	Наименование лабораторной работы. Задания, вопросы, отрабатываемые на лабораторном занятии	Учебно-методическое обеспечение
2	4	3

Не предусмотрены

9. Задания для самостоятельной работы студентов

Всего Часов	Задания, вопросы, для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
2	3	4
8	Общесистемные особенности коммерческой деятельности	1-6
4	Понятие о целевых рынках, отбор и управление рынками.	1, 6, 8
4	Сегментирование рынка и позиционирование товаров	1, 6, 8
8	Субъекты коммерческой деятельности на международных рынках	1, 2, 4
4	Особенности делового этикета	5
4	Особенности деловой переписки в международной коммерческой деятельности	1-3, 5
4	Изучение правового обеспечения защиты коммерческой тайны. Международный опыт.	1-3
4	Правовое регулирование хозяйственных связей	1-3, 6
8	Особенности договорной работы в международной коммерческой деятельности	1-3, 5
8	Специфика оценки результатов коммерческой деятельности на промышленных предприятиях и на предприятиях оптовой и розничной торговли	5
4	Изучение документов, используемых при расчетах (платежные документы, счета, товарораспорядительные и товаросопроводительные документы, транспортные документы, унификация документов)	1-3
8	Систематизация методов выбора поставщиков	1-4

4	Организация оптовой торговли на международных выставках, ярмарках, аукционах	1, 4-6
4	Специфические особенности оптовой торговли в России	2, 4
4	Специфические особенности розничной торговли в России	1-3, 6
8	Проектирование ассортиментной модели торгового предприятия. Категорийный менеджмент	1, 2, 4, 6
4	Основные системы управления товарными запасами	1-3
4	Развитие сетевой торговли в России	4, 6-7
8	Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле. Технология процесса инвестирования в торговом бизнесе	1, 4, 8
4	Тенденции и направления развития лизинга и факторинга в России	2, 6
4	Тенденции и направления развития франчайзинга в России	1, 6

Виды, график контроля СРС, (по решению кафедры УМКС/УМКН).

10. Расчетно-графическая работа

Расчетно-графическая работа по дисциплине «Коммерческая деятельность» состоит из двух частей и охватывает все модули. Первая часть - теоретическая. Студент индивидуально выбирает тему по заданию преподавателя. Вторая часть - расчётно-графическая. Выполняется студентом на тему «Сбытовая коммерческая деятельность на промышленном предприятии» по индивидуальному заданию преподавателя. За каждым студентом закрепляются основные параметры сбытовой деятельности

Перечень тем теоретической части

1. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
2. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики: содержание, цели, формирование.
3. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на рынке товаров и услуг.
4. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
5. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
6. Риск в торговле товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
7. Характеристика и оценка товара как объекта коммерческой деятельности на потребительском рынке (рынке товаров производственного назначения).
8. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
9. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями в новых условиях хозяйствования.
10. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
11. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
12. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
13. Организация и управление процессами товародвижения на рынке.
14. Сервисное обслуживание в торговле и перспективы его развития в современных условиях.
15. Организация и развитие розничной торговли в условиях рынка как сферы коммерческой деятельности.
16. Организация и развитие оптовой и розничной торговли в зарубежных странах.
17. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форм предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
18. Оптовая торговля в системе распределения общественного продукта и развитие ее организационных форм.
19. Образование и развитие рынка лизинга в России.
20. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
21. Развитие материально-технической базы в торговле с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
22. Оценка результативности коммерческой деятельности предприятия в условиях рынка.

11. Курсовая работа

Темы, задания, учебно-методическое обеспечение (ссылки на раздел 15. «Перечень учебно-методического обеспечения для обучающихся по дисциплине»)

Не предусмотрена

12. Курсовой проект

Темы, задания, учебно-методическое обеспечение (ссылки на раздел 15. «Перечень учебно-методического обеспечения для обучающихся по дисциплине»)

Не предусмотрен

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям освоения дисциплины «Коммерческая деятельность» (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) применяется фонды оценочных средств, включающие типовые задания, задачи, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

Этап формирования компетенций	Перечень компетенций	Форма контроля	Фонд оценочных средств
1 этап	ОК-2, ОК-5, ОПК-3, ПК-6, ПК-8, ПК-9	Межсессионная аттестация (Атт/Не атт.)	Устный опрос, решение задач, подготовка презентаций, посещаемость и тестовые задания, выполнение СРС.
2 этап	ОК-2, ОК-5, ОПК-3, ПК-6, ПК-8, ПК-9	экзамен («отлично, хорошо, удовлетворительно»)	Оценивается в виде письменного и устного ответа на экзаменационный билет и дополнительные вопросы

К экзамену по дисциплине обучающиеся допускаются при:

- предоставлении всех отчетов по всем практическим занятиям и защите всех занятий;
- сдачи рефератов с учетом того, что они «зачтены» преподавателем;
- успешном написании тестовых заданий.

Зачет сдается в виде устного ответа по билетам, содержащим 1 - 2 вопроса.

Зачтено ставится при:

- правильном, полном и логично построенном ответе,
- умении оперировать специальными терминами,
- использовании в ответе дополнительный материал,
- умении иллюстрировать теоретические положения практическим материалом.

Но в ответе могут иметься

- негрубые ошибки или неточности,
- затруднения в использовании практического материала,
- не вполне законченные выводы или обобщения.

**Вопросы для зачета
Не предусмотрен**

Вопросы для экзамена

Перечень вопросов к экзамену I семестр:

1. Сущность и задачи коммерческой деятельности на товарном рынке.
2. Концепция коммерческой деятельности.
3. Содержание коммерческой деятельности и тенденции ее развития.
4. Факторы, влияющие на результаты коммерческой деятельности.
5. Модель товарного рынка.
6. Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения.
7. Содержание исследования товарного рынка.
8. Изучение потребительского спроса и методы его прогнозирования.
9. Ценообразующие факторы и формирование цены товара
10. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
11. Характеристика услуг как объекта коммерческой деятельности.
12. Классификация и характеристика субъектов коммерческой деятельности.
13. Характеристика организационно-правовых форм субъектов коммерческой деятельности.
14. Характеристика объединений субъектов коммерческой деятельности.
15. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику.
16. Этикет предпринимателя-коммерсанта.
17. Организация и ведение деловых переговоров.
18. Деловые письма в коммерческой работе.
19. Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны.

20. Обеспечение защиты коммерческой тайны.
21. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле.
22. Заявки и заказы на товары.
23. Прямые договорные связи и оценка их эффективности.
24. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров.
25. Коммерческие сделки и договора.
26. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров.
27. Содержание договора поставки.
28. Ответственность сторон за нарушение условий договора.
29. Коммерческий риск участников сделки и способы его снижения
30. Понятие «результат» в коммерческой деятельности.
31. Направления оценки эффективности коммерческой деятельности.
32. Система показателей для оценки эффективности коммерческой деятельности: показатели финансовой устойчивости.
33. Система показателей для оценки эффективности коммерческой деятельности: показатели ликвидности предприятия; показатели прибыльности (рентабельности) предприятия.

Перечень вопросов к экзамену II семестр:

1. Наличная форма расчетов в коммерческой деятельности.
2. Безналичная форма расчетов в коммерческой деятельности.
3. Порядок открытия счетов в банке.
4. Расчеты в иностранной валюте.
5. Сущность, роль и содержание закупочной работы.
6. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров.
7. Классификация поставщиков.
8. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров.
9. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.
10. Организация оптовой торговли на ярмарках: значение и виды оптовых ярмарок; организация работы оптовой ярмарки; порядок заключения договоров на ярмарке.
11. Особенности выставочной торговли.
12. Особенности аукционной торговли.
13. Сущность, роль и содержание коммерческой работы по продаже товаров.
14. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
15. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.
16. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.
17. Методы розничной продажи товаров.
18. Организация оказания торговых услуг розничным покупателям.
19. Понятие о товарном ассортименте.
20. Показатели, характеризующие состояние ассортимента.
21. Факторы, определяющие построение торгового ассортимента.

22. Принципы построения и этапы формирования ассортимента товаров магазина.
23. Формирование ассортимента в розничной торговле.
24. Контроль за состоянием ассортимента товаров в магазине.
25. Формирование и планирование товарных запасов.
26. Оптимизация объемов запасов и наличности, методы их определения.
27. Регулирование товарных запасов.
28. Сущность, значение и характеристика товародвижения в современных условиях.
29. Каналы распределения, критерии их выбора и эффективность.
30. Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности.
31. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия.
32. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности.
33. Оценка эффективности материально-технической базы.
34. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле.
35. Сущность лизинга, его формы, типы и виды.
36. Порядок заключения и исполнения договора лизинга.
37. Экономические основы лизинга.
38. Сущность факторинга.
39. Сущность и виды франчайзинга. История его развития. Правовое регулирование франчайзинга в России.
40. Экономические основы развития франчайзинга.

Тестовые задания по дисциплине

Вариант 1

1. Что из указанного относится к сфере коммерческой деятельности.
 - 1) Закупка материальных ресурсов на промышленном предприятии.
 - 2) Сбыт готовой продукции.
 - 3) Производство продукции.
 - 4) Привлечение посредников.
2. Потенциал товарного рынка - это:
 - 1) Его объем (величина спроса), темпы роста, предельный уровень спроса.
 - 2) Постоянно нарастающий поток обновленных и новых товаров со все более высокими потребительскими свойствами (технико-экономическими параметрами).
 - 3) Благоприятная рыночная среда и стимулирование поддержки объективных потребностей и покупательной способности населения.
 - 4) Структура предложения по товарам и ее количественное выражение, степень обновления торговой номенклатуры, удовлетворенность спроса на товары, соотношение цены изделия и эффекта полезности от его использования.
3. К важнейшим элементам инфраструктуры товарного рынка относятся:
 - 1) Широко разветвленные закупочно-заготовительная, контрактная и торгово-коммерческая системы.
 - 2) Надежная страховая система.
 - 3) Система профессиональной подготовки.
 - 4) Пенсионный Фонд.

4. Потребительские товары продовольственного и непродовольственного назначения подразделяются на:

- 1) Сырье и материалы.
- 2) Товары повседневного спроса.
- 3) Товары особого спроса.
- 4) Средства труда.

5. Какие процессы и операции, происходящие в сфере коммерции, относятся к чисто торговым.

- 1) Организация коммерческих связей между продавцом и покупателем.
- 2) Изучение покупательского спроса на товары.
- 3) Сбытовая реклама.
- 4) Доставка товаров.

6. В задачи коммерческо-организационной деятельности входит:

- 1) Выбор товаров и формирование товарного ассортимента, подбор покупателей и поставщиков.
- 2) Планирование и организация процессов закупки и продаж товаров, организация коммерческих взаиморасчетов.
- 3) Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка.
- 4) Организация товародвижения и создание системы стимулирования сбыта.

7. К субъектам коммерческой деятельности относятся:

- 1) Предприятия поставщики, торговые предприятия, предприниматели.
- 2) Посредники.
- 3) Контролирующие органы.
- 4) Потребители.

8. К коммерческим формам организаций относятся:

- 1) Хозяйственные товарищества и общества.
- 2) Потребительские кооперативы.
- 3) Производственные кооперативы.
- 4) Личные индивидуальные предприятия.

9. Посредника можно назвать коммерческим представителем если:

- 1) Посредник выполняет поручения предпринимателей по поиску для них коммерческих партнеров и действует от имени принципалов при заключении ими договоров.
- 2) Посредник содействует по поручениям предпринимателей сбыту или приобретению товаров путем заключения от своего имени и за счет предпринимателя контрактов с третьими фирмами.
- 3) Посредник по поручениям предпринимателей содействуют совершению коммерческих операций, в том числе по сбыту или приобретению товаров путем заключения договоров от имени и за счет доверителей.
- 4) Посредник совершает по поручению предпринимателя юридические и иные действия, в том числе по сбыту и приобретению товаров, путем заключения договоров от своего имени, но за счет предпринимателя либо от имени и за счет предпринимателя.

10. Если при реализации продукции продавец обязан в первую очередь предложить товар посреднику, а в случае его отказа сбыть товар на предложенных условиях, он может предложить товар другому посреднику или непосредственно покупателю на условиях не хуже, то такое положение посредника на рынке называется:

- 1) Положение с исключительным правом продажи.
- 2) Положение с неисключительным правом продажи.
- 3) Положение с преимущественным правом продажи.
- 4) Доминирующее положение.

11. Посредник будет заинтересован в снижении цен продавца, если посредническое вознаграждение исчисляется следующим способом:
 - 1) Посреднику оставляется разница между ценой продажи и отпускной ценой продавца.
 - 2) Посредник получает процент от цены продажи.
 - 3) Посредник получает вознаграждение в твердой сумме.
 - 4) Посредник получает процент от общей стоимости заключенного им контракта.
12. Укажите, какие отделы не относятся к коммерческой службе предприятия:
 - 1) Отдел маркетинга.
 - 2) Отдел сбыта.
 - 3) Отдел внешнеэкономической деятельности.
 - 4) Планово-экономический отдел.
13. Если на предприятии широкая номенклатура продукции, большие и средние объемы сбыта, то какой тип организационной структуры отдела сбыта более целесообразно использовать.
 - 1) Функциональная специализация.
 - 2) Товарная специализация.
 - 3) Специализация по рынкам.
 - 4) Специализация по регионам.
14. К функциям отдела маркетинга относятся:
 - 1) Продвижение товаров на рынок и реклама, стимулирование сбыта.
 - 2) Проведение ценовой и товарной политики.
 - 3) Исследование и прогнозирование товарного рынка.
 - 4) Составление графиков отгрузки продукции покупателям, отгрузка продукции покупателям
15. Какие необходимы исходные данные для определения потребности предприятия в материальных ресурсах:
 - 1) спрос покупателей на продукцию данного предприятия.
 - 2) доход от реализации продукции предприятия.
 - 3) наличие запасов материальных ресурсов на складе предприятия.
 - 4) нормы расхода материальных ресурсов в соответствии с принятой на предприятии технологией производства.
16. В каких случаях обязательно планировать материальные потребности предприятия?
 - 1) При возникновении затруднений в исследовании рынка сырья и материалов.
 - 2) В случае разовой потребности в материальных ресурсах.
 - 3) Если спрос на продукцию предприятия нестабильный.
 - 4) Если номенклатура продукции предприятия узкая.
17. Текущее планирование материального обеспечения предприятия включает:
 - 1) Стоимостной анализ заготовительной сферы.
 - 2) Определение потребности предприятия по всей номенклатуре потребляемых материальных ресурсов.
 - 3) Определение перспективной потребности в материальных ресурсах в укрупненной номенклатуре.
 - 4) Составление плана закупок материальных ресурсов.
18. Укажите, что относится к целям исследования рынка сырья и материалов:
 - 1) Обеспечение возможности рациональной закупки материальных ресурсов.
 - 2) Создание информационной базы данных по рынку сырья и материалов.
 - 3) Достижение обзримости рынка сырья и материалов.
 - 4) Проведение исследования потребителей.
19. Что из перечисленного включается в систему показателей для анализа предложения сырья и материалов на рынке:
 - 1) Количественная оценка предложения конкретного вида сырья или материала.

- 2) Конкуренты предприятия и уровень конкуренции.
 - 3) Ассортимент предложения сырья и материалов, в том числе новые виды сырьевых ресурсов и их характеристика.
 - 4) Цены на материальные ресурсы.
20. К прямым методам изучения рынка сырья и материалов относятся:
- 1) Контакты с поставщиками и посредниками.
 - 2) Посещение ярмарок и выставок
 - 3) Поездки на предприятия-поставщики, их осмотр.
 - 4) Обзоры состояния конъюнктуры рынка, биржевые бюллетени, содержащие сведения об изменении цен.
21. Что из перечисленного не оказывает влияния на величину емкости рынка сырья и материалов:
- 1) Производство материального ресурса определенного вида.
 - 2) Норма расхода материального ресурса определенного вида.
 - 3) Импорт материального ресурса определенного вида.
 - 4) Экспорт материального ресурса определенного вида.
22. Укажите, что необходимо учитывать при разработке стратегии снабжения Сделать или Купить:
- 1) собственные затраты на производство.
 - 2) Затраты поставщика на производство.
 - 3) Цена поставщика.
 - 4) Собственная цена продажи продукции.
23. Укажите преимущества системы снабжения, ориентированной на создание запасов:
- 1) Интенсивная иммобилизация оборотного капитала.
 - 2) Использование ценовых льгот (скидки с цены для крупных покупателей)
 - 3) Увеличение процентов за кредит при росте запасов.
 - 4) Определенная защищенность от рыночной конъюнктуры.
24. Какой вид закупок наиболее целесообразен при закупки сырья и материалов небольшими партиями, а также при срочных закупках для обеспечения бесперебойной работы:
- 1) Напрямую у изготовителя.
 - 2) Оптовые закупки через посредника или биржу.
 - 3) Закупки мелкими партиями в магазинах розничной торговли.
 - 4) Закупки через торги.
25. Укажите, что включает в себя процесс закупки материальных ресурсов:
- 1) Выбор новых поставщиков.
 - 2) Установление коммерческих связей с поставщиками, заключение договоров (контрактов) купли-продажи (или поставки).
 - 3) Закладка материальных ресурсов на хранение.
 - 4) Взаимодействие с поставщиками в процессе выполнения договоров.
26. Партнеры, заключающие договор поставки, предусматривают в нем следующие условия:
- 1) Дату заключения договора, полное наименование сторон, заключивших договор.
 - 2) Количество и ассортимент товаров, подлежащих поставке.
 - 3) Сроки исполнения договора.
 - 4) Акт приемки продукции по количеству и качеству.
27. Термин «франко» означает:
- 1) Выбор вида транспорта при поставке.
 - 2) До какого пункта на пути продвижения товара от поставщика (изготовителя) к потребителю транспортные расходы включаются в состав цены.
 - 3) Преимущества одного вида транспорта перед другим.
 - 4) Недостатки одного вида транспорта перед другим.

28. Выбор той или иной формы расчетов определяется:
- 1) Государственными органами.
 - 2) Видом товара, его спросом и предложением.
 - 3) Характером коммерческих связей между контрагентами сделки.
 - 4) Трудоемкостью расчетных операций.
29. Предприятие закупает деталь А, годовая потребность предприятия в этой детали - 1500 ед., годовые расходы на хранение одной детали на складе - 0,1 тыс. руб., затраты на размещение и выполнение одного заказа - 8,33 тыс.руб. Чему равен экономичный размер заказа (экономичная партия заказа деталей А).
- 1) 300 ед. 2) 500 ед. 3) 700 ед. 4) 900 ед.
30. Укажите, какие показатели деятельности предприятия непосредственно определяются объемом сбыта продукции:
- 1) Доходы. 2) Прибыль. 3) Уровень рентабельности. 4) Уровень качества продукции.

Вариант2

1. На стадии сбыта продукции капитал переходит:
 - 1) Из денежной формы в товарную.
 - 2) Из товарной формы в денежную.
 - 3) Не меняет свою форму.
 - 4) Из производительной формы в денежную.
2. Привлекательность товарного рынка - это:
 - 1) Его объем (величина спроса), темпы роста, предельный уровень спроса.
 - 2) Постоянно нарастающий поток обновленных и новых товаров со все более высокими потребительскими свойствами (технико-экономическими параметрами).
 - 3) Благоприятная рыночная среда и стимулирование поддержки объективных потребностей и покупательной способности населения.
 - 4) Структура предложения по товарам и ее количественное выражение, степень обновления торговой номенклатуры, удовлетворенность спроса на товары, соотношение цены изделия и эффекта полезности от его использования.
3. К важнейшим элементам инфраструктуры товарного рынка относятся:
 - 1) Четко организованная налоговая система.
 - 2) Надежная страховая система.
 - 3) Система высшего образования.
 - 4) Судебно-правовая система.
4. Рынок, отличающийся превышением спроса над предложением, называется:
 - 1) Рынок продавца.
 - 2) Рынок покупателя.
 - 3) Товарный рынок.
 - 4) Динамичный рынок.
5. Какие процессы и операции, происходящие в сфере коммерции, относятся к производственным.
 - 1) Хранение товаров.
 - 2) Упаковка, расфасовка, подсортировка.
 - 3) Страхование товаров.
 - 4) Сервисное обслуживание.
6. В задачи научно-исследовательской коммерческой деятельности входит:
 - 1) Исследование и анализ товарных рынков, ассортимента и конкурентоспособности товаров.
 - 2) Управление товарными запасами.
 - 3) Исследование и моделирование бизнес-технологий.

- 4) Исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации.
7. К функциям коммерческой деятельности относятся:
- 1) Торгово-коммерческие сделки, контрактные обязательства.
 - 2) Мотивация и контроль торгового персонала.
 - 3) Товарно-денежный обмен.
 - 4) Коммерческие процессы, связанные с доведением товаров до целевых рынков.
8. К коммерческим формам организаций относятся:
- 1) Хозяйственные товарищества и общества.
 - 2) Благотворительные и другие фонды.
 - 3) Производственные кооперативы.
 - 4) Государственные и муниципальные унитарные предприятия.
9. Посредника можно назвать комиссионером если:
- 1) Посредник выполняет поручения предпринимателей по поиску для них коммерческих партнеров и действует от имени принципалов при заключении ими договоров.
 - 2) Посредник содействует по поручениям предпринимателей сбыту или приобретению товаров путем заключения от своего имени и за счет предпринимателя контрактов с третьими фирмами.
 - 3) Посредник по поручениям предпринимателей содействует совершению коммерческих операций, в том числе по сбыту или приобретению товаров путем заключения договоров от имени и за счет доверителей.
 - 4) Посредник совершает по поручению предпринимателя юридические и иные действия, в том числе по сбыту и приобретению товаров, путем заключения договоров от своего имени, но за счет предпринимателя либо от имени и за счет предпринимателя.
10. Если при реализации продукции продавец имеет право сбывать товар через данного посредника, а также привлекать других посредников или самостоятельно сбывать товары на договорной территории, то такое положение посредника на рынке называется:
- 1) Положение с исключительным правом продажи.
 - 2) Положение с неисключительным правом продажи.
 - 3) Положение с преимущественным правом продажи.
 - 4) Доминирующее положение.
11. Посредник будет заинтересован в повышении цен продавца, если посредническое вознаграждение исчисляется следующим способом:
- 1) Посреднику оставляется разница между ценой продажи и отпускной ценой продавца.
 - 2) Посредник получает процент от цены продажи.
 - 3) Посредник получает вознаграждение в твердой сумме.
 - 4) Посредник получает процент от общей стоимости заключенного им контракта.
12. Укажите, какие отделы не относятся к коммерческой службе предприятия:
- 1) Отдел маркетинга.
 - 2) Отдел закупок.
 - 3) Отдел внешнеэкономической деятельности.
 - 4) Бухгалтерия
13. Если на предприятии производство продукции стабильное, маленькая номенклатура, численность рынков сбыта невелика, то какой тип организационной структуры отдела маркетинга более целесообразно использовать.
- 1) Функциональная специализация.
 - 2) Товарная специализация.
 - 3) Специализация по рынкам.
 - 4) Специализация по регионам.

14. К функциям отдела сбыта относятся:
- 1) Установление коммерческих взаимоотношений с покупателями и формирование портфеля заказов.
 - 2) Проведение ценовой и товарной политики.
 - 3) Таможенные функции.
 - 4) Составление графиков отгрузки продукции покупателям, отгрузка продукции покупателям
15. Какие необходимы исходные данные для определения потребности предприятия в материальных ресурсах:
- 1) Спрос покупателей на продукцию данного предприятия.
 - 2) Себестоимость продукции предприятия.
 - 3) Наличие запасов материальных ресурсов на складе предприятия.
 - 4) Нормы расхода материальных ресурсов в соответствии с принятой на предприятии технологией производства.
16. В каких случаях необязательно планировать материальные потребности предприятия?
- 1) При возникновении затруднений в исследовании рынка сырья и материалов.
 - 2) В случае разовой потребности в материальных ресурсах.
 - 3) Если на предприятии отсутствуют научно-обоснованные нормы расхода материальных ресурсов.
 - 4) Если номенклатура продукции предприятия узкая.
17. Стратегическое планирование материального обеспечения предприятия включает:
- 1) Стоимостной анализ заготовительной сферы.
 - 2) Определение потребности предприятия по всей номенклатуре потребляемых материальных ресурсов.
 - 3) Определение перспективной потребности в материальных ресурсах в укрупненной номенклатуре.
 - 4) Составление плана закупок материальных ресурсов.
18. Укажите, что предполагает изучение рынка сырья и материалов:
- 1) Выработку четкой стратегии снабжения.
 - 2) Рациональную закупку материальных ресурсов.
 - 3) Систематический сбор, обработку, анализ и оценку информации о предложении конкретных видов материальных ресурсов на рынке потенциальных поставщиков, ассортименте материальных ресурсов, новых технологиях изготовления важнейших для потребителя материалов, ценах на сырье, материалы, топливо, полуфабрикаты.
 - 4) Хранение информации.
19. Что из перечисленного включается в систему показателей для анализа предложения сырья и материалов на рынке:
- 1) Оценка перспектив развития рынка сырья и материалов с учетом тенденции развития мировой экономики.
 - 2) Потребители предприятия и специфика их поведения.
 - 3) Ассортимент предложения сырья и материалов, в том числе новые виды сырьевых ресурсов и их характеристика.
 - 4) Цены на материальные ресурсы.
20. К косвенным методам изучения рынка сырья и материалов относятся:
- 1) Изучение журналов, газет, радио, телевидения.
 - 2) Посещение ярмарок и выставок
 - 3) Изучение фирменных журналов, выпускаемых торгово-промышленными палатами, а также поставщиками.
 - 4) Обзоры состояния конъюнктуры рынка, биржевые бюллетени, содержащие сведения об изменении цен.
21. Что из перечисленного не оказывает влияния на величину емкости рынка сырья и материалов:

- 1) Производство материального ресурса определенного вида.
 - 2) Норма расхода материального ресурса определенного вида.
 - 3) Импорт материального ресурса определенного вида.
 - 4) Товарные запасы материального ресурса определенного вида.
22. Укажите, что включает в себя общая потребность предприятия в материальных ресурсах:
- 1) Потребность на образование производственных запасов.
 - 2) Потребность на ремонтно-эксплуатационные нужды.
 - 3) Потребность на производство продукции.
 - 4) Потребность на подготовку специалистов
23. Укажите недостатки системы снабжения, ориентированной на создание запасов:
- 1) Интенсивная иммобилизация оборотного капитала.
 - 2) Использование ценовых льгот (скидки с цены для крупных покупателей)
 - 3) Увеличение процентов за кредит при росте запасов.
 - 4) Определенная защищенность от рыночной конъюнктуры
24. Предприятие на одно изделие расходует 10 кг материала X. Во втором квартале года требуется изготовить 8 880 изделий. На складе предприятия на 1 апреля находится 850 кг материала X, кроме того, в марте уже было заказано поставщику 1000 кг указанного материала. Чему равен объем закупок материала X на II квартал:
- 1) 86 950 кг. 2) 88 800 кг. 3) 87950 кг. 4) 87800 кг.
25. Основным документом, регламентирующим отношения партнеров при осуществлении коммерческих сделок, является:
- 1) Акт приемки продукции по количеству и качеству.
 - 2) Договор (или контракт) купли-продажи или поставки.
 - 3) Гражданский Кодекс Российской Федерации.
 - 4) Конституция Российской Федерации.
26. Партнеры, заключающие договор поставки, предусматривают в нем следующие условия:
- 1) Порядок поставки товаров.
 - 2) Качество, комплектность, упаковку, маркировку.
 - 3) Цены и порядок расчетов.
 - 4) Определение коэффициента надежности поставщика.
27. Какие формы и порядок расчетов партнеров за поставленную продукцию определяются законодательством РФ:
- 1) Векселя. 2) Чеки. 3) Аккредитивы. 4) Лизинг.
28. Выбор той или иной формы расчетов определяется:
- 1) Банком, осуществляющим взаиморасчеты.
 - 2) Видом товара, его спросом и предложением.
 - 3) Характером коммерческих связей между контрагентами сделки.
 - 4) Скоростью оборота денежных средств.
29. Предприятие закупает деталь А, годовая потребность предприятия в этой детали - 1500 ед., годовые расходы на хранение одной детали на складе - 0,1 тыс. руб., затраты на размещение и выполнение одного заказа - 8,33 тыс.руб. Чему равен экономичный размер заказа (экономичная партия заказа деталей А).
- 1) 500 ед. 2) 600 ед. 3) 700 ед. 4) 800 ед.

14. Образовательные технологии

Занятия по дисциплине «Коммерческая деятельность» предусматривают использование следующих образовательных технологий и активных средств обучения:

- деловые игры;
- разбор конкретных ситуаций;
- конкурс творческих заданий (эссе, кроссвордов, докладов и т.д.)

Для эффективного освоения отдельных вопросов курса (темы 3, 7, 19, 20, 21) необходимо использовать информационные справочные системы «КонсультантПлюс», «Гарант».

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся необходимо предусмотреть встречу студентов с

Руководителями торговых предприятий, представителями ТПП Саратовской области и т.д.

Удельный вес занятий в интерактивных формах по дисциплине «Коммерческая деятельность» составляет не менее 20%.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основная литература

1. Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник для образовательных учреждений СПО/ Памбухчиянц О.В.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 272 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24754>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Памбухчиянц О.В. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Памбухчиянц О.В.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17593>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 500 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24790>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная литература

4. Беляевский И.К. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Беляевский И.К.— Электрон.текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 274 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10738>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник/ Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 688 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10944>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Егорова Е.Н. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова Е.Н., Логинова Е.Ю.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8201>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Киселева Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Киселева Е.Н., Буданова О.Г.— Электрон.текстовые данные.— М.: Вузовский учебник, 2010.— 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/931>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8. Кочерягина, Н. В. Введение в основы коммерческой деятельности: конспект лекций по курсу "Основы коммерческой деятельности" для студ. спец. "Коммерция (Торговое дело)" / Н. В. Кочерягина ; Саратовский гос. техн. ун-т. - Саратов : СГТУ, 2010. - 50 с.
9. Кришталюк А.Н. Конфиденциальное делопроизводство и защита коммерческой тайны [Электронный ресурс]: курс лекций/ Кришталюк А.Н.— Электрон.текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2014.— 199 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33427>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
10. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Памбухчиянц О.В.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 640 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14072>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
11. [Панкратов, Ф. Г.](#) Коммерческая деятельность : учеб. / Ф. Г. Панкратов. - 11-е изд., перераб. и доп. - М.: ИТК "Дашков и К", 2009. - 500 с.
12. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 500 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10931>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
13. Пономарева З.М. Деловые игры в коммерческой деятельности. Темы “Аукцион”, “Биржа” [Электронный ресурс]: практикум/ Пономарева З.М.— Электрон.текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 184 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14602>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Периодические издания

14. Вопросы экономики: теоретический и научно-практический журнал общэкономического содержания / Гл ред. А.Я Котковский. – Москва: Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, (2010-2015), № 1 – 12. - ISSN 0042-8736
15. Деньги и кредит: теоретический, научно-практический журнал / Гл ред. В.С. Палевич. – Москва: ООО «Полиграфический комплекс ТОЧКА», (2010-2015), № 1 – 12. - ISSN 0130-3090
16. Управление риском :аналит. журн. / Гл ред.Р.Т. Юлдашев.- М. : ООО "Анкил". - (2010-2015), № 1 – 4. - ISSN 1684-6303
17. Экономика и управление: российский научный журнал / Гл ред. В.А. Гневко. – С/Пб: Издательство Санкт-Петербургского Университета, (2010-2015), № 1 – 12. - ISSN 1998-1627
18. Экономист: науч.-практ. журн. / Гл ред. С.С. Губанов. – Москва: Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, (2010-2015), № 1 – 12. ISSN 0869-4672

Источники ИОС

19. Дисциплина Б.1.1.13 «Коммерческая деятельность»: https://portal3.sstu.ru/Facult/FEM/EID/TORG_Kom/TORG_b_b1113_2/default.aspx

Интернет ресурсы

20. Сайт «Федеральной службы государственной статистики»: <http://www.gks.ru/>
21. Сайт «Развитие бизнеса/Py 2.0»: www.devbusiness.ru
22. Сайт «Наука о рекламе»: www.advertology.ru
23. Сайт издательства «Креативная экономика»: <http://old.creativeconomy.ru/>
24. Сайт Журнала "Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал": http://www.urvak.ru/bz_index.htm

25. Сайт Евразийского международного научно-аналитического журнала «Проблемы современной экономики»: <http://www.m-economy.ru/index.php?nMiscNum=16>
26. Сайт Российской ассоциации электронных библиотек: http://www.aselibrary.ru/digital_resources/journal/irr/2006/number_5/number_5_3/number_5_3486/
27. Сайт журнала «Грузавтоинфо»: <http://mirtransporta.ru/about.html>
28. Сайт журнала «Логистика»: <http://www.logistika-prim.ru/about>

Профессиональные Базы Данных

29. **Информационная справочная система**
«Гарант» <http://www.garant.ru/?gclid=CNXC1YnHjMcCFUKWtAodQpEFHg>
30. **Информационная справочная система**
«КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/cabinet/archive/fd/?utm_campaign=attract_readers&utm_source=google.adwords&utm_medium=cpc&utm_term=nov09&utm_content=13&gclid=CJTC763HjMcCFelacgodzVQFdQ

16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий по дисциплине Б.1.1.13 «Коммерческая деятельность» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа и выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций и самостоятельной работы, доступ к сети Интернет и электронно-информационной среде.

Информационное и учебно-методическое обеспечение.

Информационное и учебно-методическое обеспечение образовательной деятельности по дисциплине включает электронную информационно-образовательную среду СГТУ имени Гагарина Ю.А., электронно-библиотечную систему, электронную библиотеку вуза; лицензионное программное обеспечение; использование наглядных учебных пособий, множительную и вычислительную технику; компьютерные программы.

Перечень оборудования информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю):

- ноутбук,
- проектор,
- звуковое оборудование,
- экран,
- стационарный компьютер.

Материал оформлен в виде презентаций. Используется лицензионное программное обеспечение MicrosoftOffice Профессиональный плюс 2007, KasperskyEndpointSecurity для Windows.

Используется подключение к сети Internet с помощью WiFi и сетевого кабеля.

Для организации самостоятельной работы студентов открыт доступ в компьютерные аудитории в свободное от занятий время, имеется оборудование и программное обеспечение для реализации интерактивного доступа студентов к электронным учебно-методическим материалам в информационно-образовательной среде СГТУ имени Гагарина Ю.А. (<http://www.sstu.ru/ios>), в сети Интернет, электронной библиотеки технического вуза ЭБС «IPRBooks».