

ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ РАБОТЫ

1. Цель освоения дисциплины

Изучение и практическое освоение студентами коммерческой деятельности предприятий в сфере товарного обращения. Для осуществления профессиональной деятельности коммерсант должен обладать экономическими, организационными и правовыми знаниями, что способствует повышению эффективности коммерческих процессов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы коммерческой работы» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Основы коммерческой работы» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Бизнес-планирование», «Деловые коммуникации», «Маркетинг», «Методы принятия управленческих решений», «Основы предпринимательской деятельности», «Правоведение», «Государственное регулирование малого бизнеса», «Правовые основы малого предпринимательства», «Финансовое планирование и бюджетирование».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Государственное регулирование малого бизнеса», «Организация коммерческой деятельности малого предприятия», «Основы управления малыми предприятиями сферы услуг», «Правовые основы малого предпринимательства», прохождения практик «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационно-управленческая)», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- сущность коммерческой деятельности как рыночной категории и ее роль в эффективном хозяйствовании предприятия;;
- знать принципы и способы организации управления коммерческой деятельностью, а также конъюнктуру потребительского рынка;;
- эффективность коммерческой работы;;

уметь

- □ уметь определять требования потребителей к товару, соотношение его цены и качества; обладать знаниями, необходимыми для планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров;
- □ формировать ассортимент товаров в соответствии с покупательским спросом; иметь навыки в организации доставки товаров, их приемки и хранения, транспортно-экспедиционного обслуживания покупателей;;
- □ обеспечивать контроль и оценку показателей коммерческой деятельности предприятия.;

владеть

- □ знаниями в области государственного регулирования предпринимательства и коммерции;;
- □ методами изучения рынка товаров;.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т.ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 88 ч.),

распределение по семестрам – 3 курс, лето, 4 курс, зима,
форма и место отчётности – зачёт (4 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия.

Понятие методологии коммерческой деятельности. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности. Концепция коммерческой деятельности. Системный подход к коммерческой деятельности.

Организация коммерческой деятельности в оптовой, розничной торговле и торгово-посреднических структурах.

Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Кооперация в оптовой торговле. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя. Организация оптовой продажи товаров. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента. Управление развитием целевых рынков товаров. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей. Цели, задачи и содержание рекламы в организации коммерческой деятельности. Формы торгово-посреднических структур. Развитие коммерческо-посреднической деятельности. Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов.

Материально-техническая база и информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.

Материально-техническая база и техническая политика. Инвестиции как источник развития материально-технической базы. Информация в управлении коммерческой деятельностью. Технические средства для сбора, обработки и выдачи информации. Автоматизированная технология обработки информации. Защита коммерческой информации.

6. Разработчик

Ефремов Александр Владимирович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента ГОУ ВПО «ВГПУ»..