

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**«Коммерческая деятельность»**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**

**1. Цель дисциплины:**

изложение основных принципов и форм организации коммерческой деятельности в разных сферах экономики на современном этапе развития рыночного хозяйства, позволяющих студентам в будущем принимать верные коммерческие решения в практической сфере своей деятельности, а так же анализ и обобщение российского коммерческого опыта.

В процессе изучения дисциплины студенты формируют представление о коммерческой деятельности предприятий, направленной на движение товара от производителя – импортера через различный род оптовые, сбытовые организации, посредников и т. д. к потребителю.

Изучается в 8 семестре (очная форма), 9 семестре (заочная форма).

**Задачи дисциплины:**

- изучение основ организации коммерции;
- освоение категорий и законов в теории организации;
- уяснение структуры коммерции, систем управления;
- ознакомление с совокупностью процессов и действий, направленных на совершенствование взаимосвязей в коммерции;
- изучение закономерности функционирования и взаимодействия коммерческих процессов и операций по купле-продаже, обмену и продвижению товаров до покупателей;
- освоение правил и процедур по реализации коммерческих целей и программ предприятий по отраслям и сферам применения. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

**2. Место дисциплины в структуре ОП.** Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору 8 семестра (очная форма) / 9 семестра (заочная форма), углубляющих освоение профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Маркетинг», «Операционный менеджмент», «Основы бизнеса», «Стратегический менеджмент», «Теория организации и организационное поведение», «Управление маркетингом».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Международный менеджмент», «Управление проектами».

**3. Требования к результатам освоения дисциплины.**

Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (**ПКН-5**).

Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (**ПКП-2**).

Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (**ПКП-3**).

В результате изучения дисциплины студент должен

**знать:**

- экономическую сущность, классификацию и общую характеристику розничной торговой сети;

- особенности и тенденции развития современных форматов розничных торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары;
- показатели, характеризующие развитие материально-технической базы розничной торговой сети;
- методы и принципы размещения, основные этапы (алгоритм) принятия решения о выборе местоположения розничного торгового предприятия;
- особенности организации торгово-технологического процесса и торгового обслуживания покупателей в розничных торговых предприятиях различных форматов;
- экономическую сущность, классификацию и общую характеристику оптовых посредников;
- виды, функции и основы технологической планировки товарных складов;
- организацию транспортно-экспедиционных операций, классификацию тарифов на перевозку;

**уметь:**

- осуществить правильный выбор формата розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующего субъекта на потребительском рынке;
- осуществлять выбор наиболее благоприятного местоположения розничного торгового предприятия в соответствии с особенностями его торговой зоны;
- определять проблемные места и направления совершенствования торгово-технологического процесса и обслуживания покупателей в розничной торговле, наиболее эффективные формы и методы продажи товаров;
- определять проблемные места и направления совершенствования в организации складского технологического процесса;

**владеть:**

- терминологическим аппаратом торгового дела;
- знаниями правил розничной торговли и продажи отдельных товарных групп населению.

**Распределение времени по видам занятий**

**Очная форма:**

Объем часов аудиторных занятий 24 час.

Лекции 12 час.

Семинарские и практические занятия 12 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 84 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).

**Заочная форма:**

Объем часов аудиторных занятий 12 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 8 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 96 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).