

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Коммерческая деятельность»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (36 часов), практические (18 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 126 часов.

В соответствии с учебным планом имеется курсовая работа.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов.

Роль и задачи коммерческой деятельности организации: сущность, функции, принципы и механизм коммерческой деятельности, субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика, формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке, коммерческий риск: принятие решений в условиях неопределенности.

Исследование рынков в целях коммерческой деятельности: методы и процедура рыночного исследования коммерческих отношений, выявление рыночных индикаторов изменения условий коммерческой деятельности понятие и источники получения коммерческой информации, обеспечение защиты коммерческой тайны.

Формы коммерческих расчетов: принципы и виды коммерческих расчетов, банковские переводы, аккредитивы в коммерческих расчетах, расчеты чеками, расчеты при рассрочке платежей.

Эффективность коммерческой деятельности: показатели эффективности коммерческой деятельности, система обеспечения эффективности коммерческой деятельности в организации.

Планирование и организация деятельности предприятия по закупке ресурсов: этапы процесса закупки ресурсов, выбор поставщиков, структура службы снабжения.

Закупочно-сбытовая система торгового предприятия: сбытовая и закупочная политика торгового предприятия, методы и стратегии сбыта и закупки, типы посредников в коммерческой деятельности и их оценка.

Структура и содержание договора купли-продажи: основные разделы контракта, позиции сторон при заключении договора купли-продажи, базисные условия поставки товаров.

Организационные основы продвижения товара: этапы процесса продвижения, инструменты продвижения товаров, расчет затрат и

оценка эффективности продвижения.

Технология торгового брендинга: понятие, функции, принципы брендинга, этапы осуществления брендинга, методы присвоения марочных названий, способы оценки бренда.

Содержание коммерческой деятельности на биржах: роль и развитие биржевой торговли, структура биржи, виды биржевых сделок.

Торги в коммерческой деятельности: виды торгов, аукционная торговля и ее развитие в России, правила проведения тендера.

Принципы и формы встречной торговли: условия развития встречной торговли, виды операций встречной торговли.

Организация арендных операций: виды арендных операций, порядок заключения и исполнения договора лизинга, экономическая эффективность лизинга.

Франчайзинг как форма коммерческой деятельности: сущность и виды франчайзинга, его развитие в России, экономические основы франчайзинга.