Аннотация рабочей программы дисциплины
Б.1.Б.18 «Организация и управление коммерческой деятельностью»
Направление подготовки
38.03.07 Товароведение профиль Товарный менеджмент

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 38.03.07 Товароведение

Дисциплина Б1.Б.18 «Организация и управление коммерческой деятельностью» входит в базовую часть дисциплин бакалавриата по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в рамках изучения программы, а также при изучении предшествующих курсов «Правовое регулирование коммерческой деятельности»

Дисциплина является базовой в профессиональном обучении по курсам «Оценка конкурентоспособности товаров», «Товарный менеджмент товаров детского ассортимента».

Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью» является:

1. освоение теоретических знаний в области организации и управления коммерческой деятельности,
2. приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности
3. формирование необходимых компетенций необходимых в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины являются:

– 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.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

Вид деятельности: торгово-закупочная

ПК-1 умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

В результате освоения компетенции **ПК-1** студент должен:

знать: критерии выбора поставщиков потребительских товаров

уметь: анализировать коммерческие предложения.

владеть: методологией выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности

ПК-2 способностью организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности;

В результате освоения компетенции **ПК-2** студент должен:

знать: критерии выбора закупок и поставку товаров,

уметь: анализировать выполнение договорных обязательств,

владеть: методологией повышения эффективности торгово-закупочной деятельности

Содержание разделов дисциплины

Раздел 1- Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий

Тема 1. Торговые организации (предприятия)

Основная классификация торговых организаций. Типология организаций как юридических лиц. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций. Основные единичные и групповые организационные формы компаний.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 2. Организация коммерческих служб, управление коммерческой деятельностью предприятий

Цели, функции и задачи коммерческой службы торгового предприятия. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой: методология, процесс, структура, техника и технология управления.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности

Информация как предмет коммерческого распространения, коммерческая тайна. Технология и индустрия коммерческого распространения информации. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия как система, автоматизация торговли. Привлекательность использования передовых технологий и электронной коммерции для развития бизнеса в России предприятий торговли.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Раздел 2 - Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой

Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле

Политика коммерческих действий на оптовом предприятии. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, обеспечивающих, закупку и сбыт товаров покупателям. Структура и составные части коммерческой деятельности в оптовой торговле.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 5. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле

Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием.

Оптовая торговая сеть, ее структура и функции, перспективы развития.

Организация складского хозяйства в оптовой торговле: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 6. Исследование рынков закупок и сбыта товаров

Рынки закупок и сбыта товаров - основа стратегии коммерческой деятельности. Методы исследования рынков закупок и сбыта. Спрос и емкость рынков сбыта товаров - предпосылки развития коммерческой деятельности в оптовой торговле. Изучение конъюнктуры в оптовой торговле товарами.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 7. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее составляющие

Товарно-ассортиментная политика как целенаправленное управление товарными ресурсами и номенклатурой товаров с ориентацией на потребителя. Факторы и процедура образования товарно-ассортиментной политики.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 8. Коммерческие связи в оптовой торговле

Системный подход к формированию хозяйственных связей в оптовой торговле. Виды договоров в оптовых торговых организациях по закупкам, хранению и сбыту товаров, их заключение, осуществление и контроль. Кооперация в оптовой торговле.

Автоматизированное управление складскими операциями. Структура управления склада и функции его работников. Организация труда складских работников. Материальная ответственность на складе.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 9. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров

Факторы формирования закупочной деятельности. Особенности коммерческих действий при закупке товаров. Планирование, формирование и осуществление закупок. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков. Стимулирование продвижения товаров из сферы производства в сферу потребления.

Значение и роль товарных запасов. Планирование и образования товарных запасов. Товарные излишки и дефицит. Чистота и сроки оборачиваемости товарных запасов. Инвентаризация наличных запасов, методы и порядок ее проведения.

Отдел продажи и его функции. Формирование заказов потребителей: подготовка потребителями заказов на поставку товаров, способы их передачи и расчета за товары, определение стоимости заказываемых товаров. Продажа товаров: методы, организация и эффективность.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 10. Формирование процессов товародвижения в оптовой торговле

Особенности организации товародвижения в оптовой торговле. Принципы, формы и каналы товародвижения. Анализ и оценка затрат по каналам товародвижения.

Доставка товаров, их приемка и хранение на складе. Доставка товаров от поставщиков на склад, этапы и коммерческие условия их выполнения. Комплекс торговых операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе.

Значение работы по выполнению заказов товарополучателей. Порядок оформления заказов, их продвижение и мероприятия по осуществлению. Содержание торговых операций по подготовке заказа к отгрузке. Доставка грузов потребителю: способы, коммерческие условия и анализ затрат.

Формы транспортного обслуживания потребителей и методы расчета транспортных расходов. Пути оптимизации маршрутов доставки грузов. Контроль за их соблюдением. Ведение документации по транспортным перевозкам грузов.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Раздел 3- Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной

Тема 11. Особенности коммерческой работы на розничном торговом предприятии

Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 12. Исследование рынка потребительских товаров

Анализ рынка потребительских товаров как необходимое условие развития коммерческой деятельности. Определение спроса и предложения на потребительском рынке, его емкости. Изучение конъюнктуры потребительского рынка, ее влияние на коммерческую деятельность в торговле. Предпосылки и тенденции развития потребительского рынка

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 13. Организация розничной торговой сети

Розничная торговая сеть: классификация, показатели структуризации, методы размещения. Основные направления развития. Организационно-экономические характеристики типов розничных торговых предприятий.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 14. Коммерческие связи розничных торговых предприятий при рыночных отношениях

Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке. Вертикальные и горизонтальные связи торговых предприятий с субъектами рынка. Установление торговыми предприятиями прямых коммерческих связей с партнерами и использование услуг торгово-посреднических фирм. Предпосылки и надежность хозяйственных связей розничного торгового предприятия с поставщиками.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 15. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия

Система управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации (предприятия): методология, функциональная и организационная структуры, техника и технология управления. Взаимосвязь элементов системы управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации (предприятия).

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 16. Структура и функции коммерческой деятельности на розничном торговом предприятии

Формирование ассортимента потребительских товаров. Товарно-ассортиментная политика - основа розничного торгового оборота фирмы. Основной и дополнительный ассортимент.

Значение расширения и обновления ассортимента товаров. Ассортиментный перечень потребительских товаров. Контроль за ассортиментом.
Закупочная деятельность. Этапы процесса закупок: планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей; обеспечение процесса закупок; процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный обмен.
Товароснабжение как основа торгово-коммерческого процесса. Значение и автономные функции товароснабжения в торгово-коммерческом процессе. Элементы товародвижения и товароснабжения, их издержки. Источники и условия поступления товаров в торговую сеть.
Организация торгового процесса. Суть торгово-коммерческого процесса в розничном торговом предприятии. Задачи и коммерческие функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Ведение учета движения потребительских товаров. Затраты при хранении товаров на складе торгового предприятия и складские показатели (средний запас, частота оборачиваемости, срок хранения).
Продажа товаров, ее понятие как розничной купли-продажи. Факторы, обуславливающие продажу. Методы розничной продажи товаров и их результативность.
Обслуживание покупателей. Виды предпродажных и послепродажных услуг, расчет их стоимости.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Тема 17. Эффективность коммерческой деятельности торгового предприятия
Влияние коммерческой деятельности на основные экономические показатели розничного торгового предприятия: товарооборот, валовый доход, торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом, прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров.
Удельные показатели эффективности торгового предприятия: доля оборота, валового дохода, прибыли на одного сотрудника, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади, заработанная плата, приходящиеся на одного работающего.

Формируемые компетенции ПК-1; ПК-2

Объем дисциплины 4 з.е./144часов
Форма промежуточной аттестация : *4-ом семестре* – **экзамен, курсовая работа.**
Семестр – 4.

Разработчик: Л.Н. Старикова, к.с.н, доцент кафедры торгового дела и информационных технологий