

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 30.06.2022 14:51:08

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.01.02 Современные проблемы коммерции
Основная профессиональная образовательная программа	38.04.02 Менеджмент программа Маркетинг, предпринимательство, инновации

Квалификация (степень) выпускника магистр

Самара 2022

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Современные проблемы коммерции входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Методы оценки эффективности коммерческой деятельности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Распределительная и закупочная логистика, Логистическое проектирование товаропроводящих систем, Стратегическая логистика

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Современные проблемы коммерции в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - Способен проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать: методы построения внутренних и внешних коммуникационных компаний	ПК-4.2: Уметь: выбирать средства и формы коммуникации, наиболее релевантные по отношению к конкретной задаче, проблеме	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки): навыками проведения внутренних и внешних коммуникационных кампаний

ПК-3 - Способен управлять продажами товаров и услуг

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать: технологии, приемы и методы управления продажами товаров и услуг	ПК-3.2: Уметь: управлять продажами товаров и услуг	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки): навыками управления продажами товаров и услуг

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 3
Контактная работа, в том числе:	16.15/0.45
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	12/0.33
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	73.85/2.05
Промежуточная аттестация	18/0.5

Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы Зачетные единицы	108 3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Современные проблемы коммерции представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
Практ. ич. занятия							
1.	Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	2	4			30	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК -4.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3
2.	Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации	2	8			43,85	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК -4.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	4	12	0.15		73.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	лекция	Категория коммерции и ее связи с внутренней и внешней средой предприятия.
2.	Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации	лекция	Формирование конкурентного рыночного пространства участниками коммерческого товарооборота.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	практическое занятие	Категория коммерции и ее связи с внутренней и внешней средой предприятия.
		практическое занятие	Факторы коммерции. Роль коммерции в формировании рыночной среды.

2.	Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации	практическое занятие	Закономерности, коммерческих явлений процессов, связей
		практическое занятие	Обобщение опыта коммерции и установление факторов и ориентиров ее развития

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468978>

Дополнительная литература

1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08385-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453301>

Литература для самостоятельного изучения

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466184>

2. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470216>

3. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469403>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Современные проблемы коммерции:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022г.; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - Способен проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать: методы построения внутренних и внешних коммуникационных компаний	ПК-4.2: Уметь: выбирать средства и формы коммуникации, наиболее релевантные по отношению к конкретной задаче, проблеме	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки): навыками проведения внутренних и внешних коммуникационных кампаний
Пороговый	Основы построения внутренних и внешних коммуникационных компаний	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании	Базовыми навыками проведения внутренних и внешних коммуникационных кампаний
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Современные проблемы проведения внутренних и внешних коммуникационных кампаний	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании в современных условиях	Навыками управления внутренних и внешних коммуникационных кампаний
Повышенный (в дополнение к стандартному)	Технологию планирования и	Самостоятельно планировать и	Навыками управления и развития внутренних и внешних

к пороговому, стандартному)	проведения мероприятий по продвижению товаров и услуг	проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании в современных условиях	коммуникационных кампаний, в том числе в цифровом торговом пространстве
-----------------------------	---	---	---

ПК-3 - Способен управлять продажами товаров и услуг

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии, приемы и методы управления продажами товаров и услуг	управлять продажами товаров и услуг	навыками управления продажами товаров и услуг
Пороговый	Технологию персональных продаж товаров и услуг	Применять приемы и правила персональной продажи товаров и услуг	Навыками продаж товаров и услуг
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Технологию персональных продаж потребительских и профессиональных товаров и услуг	Применять и совершенствовать приемы и правила персональной и продажи товаров и услуг	Навыками продаж товаров и услуг с учетом маркетинговой поддержки
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Прогрессивные технологии персональных продаж потребительских и профессиональных продаж товаров и услуг	Применять, совершенствовать и внедрять инновационные приемы и правила персональной и продажи товаров и услуг	Навыками управления продажами товаров и услуг с учетом маркетинговой поддержки и инновационных-коммуникационных технологий

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Устный опрос Тестирование	Зачет
2.	Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Устный опрос Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	<ol style="list-style-type: none">1. Внутренняя среда коммерческого предприятия как неотъемлемое условие его конкурентных позиций на рынке.2. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятия в сфере коммерции.3. Информационное обеспечение коммерческого предприятия как основной фактор его конкурентоспособности.4. Эволюция теории технико – технологического развития в сфере коммерции.5. Факторы коммерции и методы их анализа.6. Системный подход к формированию коммерческих отношений в сфере товарного обращения7. Теоретические основы и пути формирования рыночной инфраструктуры коммерческой направленности.8. Современное состояние потенциала торговли России и пути его развития.
Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации	<ol style="list-style-type: none">9. Макро- и микроэкономические аспекты коммерции, их взаимосвязь и взаимодействие.10. Принципы и механизм коммерческих взаимоотношений участников товарооборота.11. Проблемы развития коммерции и пути их решения.12. Концептуальные основы развития торговли: современное состояние и перспективы.13. Эволюция торговли, опыт ее организации и эффективного управления.14. Общесистемный анализ структуры коммерции в современных условиях.15. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятий в сфере коммерции.16. Техничко – технологическое обеспечение коммерческой деятельности предприятий в сфере коммерции.17. Привлечение капитала для организации деятельности в сфере коммерции.18. Управление капиталом в сфере коммерции.19. Трудовые ресурсы в сфере коммерции, их роль в повышении результативности деятельности предприятий.20. Развитие коммерции как составной части рыночной экономики.21. Формирование экономических отношений предприятиями в сфере коммерции.22. Формы кооперации в торговле, перспективы их развития.23. Анализ и оценка торгового потенциала предприятия в современных условиях.24. Закупка и продажа товаров в условиях рынка.25. Оценка и методы принятия оптимальных решений в сфере коммерции.26. Внутренняя среда коммерческого предприятия как неотъемлемое условие его конкурентных позиций на рынке.27. Трансформация торгового пространства в условиях цифровой экономики28. Факторы обеспечения современной коммерческой деятельности29. Особенности коммерческой деятельности в цифровой среде30. Развитие Интернет-торговли в России и за рубежом

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
--------------------------	----------------

<p>Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составляющие внутренней среды предприятия, необходимые для функционирования предприятия в сфере коммерции. 2. Организационное, технико-технологическое, финансово-экономическое и информационно-компьютерное обеспечение деятельности предприятия в сфере коммерции 3. Факторы коммерции: труд, капитал, технико-технологический уровень. 4. Методы анализа количественного влияния факторов на изменения показателей экономичности, эффективности и результативности 5. Роль коммерции в формировании рыночных отношений в процессах воспроизводства общественного продукта. 6. Особенности экономических отношений между участниками обмена в процессе обращения товаров. 7. Концепции рынка товаров услуг, особенности формирования. Рынок как цель. 8. Потребительские вызовы традиционной концепции рынка товаров и услуг
<p>Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке товаров и услуг. Кооперация в системе коммерции. 2. Функции субъектов инфраструктуры рынка товаров и услуг. 3. Роль форумов в формировании современного рынка. 4. Развивающиеся потребительские сообщества. Характеристики потребительских сообществ. 5. Совместное формирование ожиданий и впечатлений. 6. Ценообразование на рынке услуг. 7. Макро- и микроэкономические аспекты коммерции. 8. Обобщающие показатели, характеризующие потенциал торговли. Микроэкономические показатели торговых предприятий. 9. Рынок как форум. 10. Конкуренция на рынке услуг. Развитие конкурентного пространства в сфере услуг. 11. Основные направления расширения и развития организаций в сфере продажи услуг. 12. Инновации в сфере продаж услуг. 13. Новое конкурентное пространство. Формирование стратегического капитала. 14. Преобразование стратегий продаж 15. Проблемы развития коммерции: организационные, экономические, финансовые, технико-технологические и правовые. 16. Характеристика проблем коммерции как сложных ситуаций, сложившихся в функционировании предприятий в условиях перехода к рыночной экономике. 17. Оценка значимости проблем и методы их решения. 18. Ситуационный и операционный анализ коммерческой деятельности. 19. Концептуальные основы развития розничной и оптовой торговли России. 20. Проблемы развития малого предпринимательства в торговле. 21. Регулирование и поддержка предпринимательской деятельности во внутренней торговле России. 22. Методы анализа объектов, субъектов, процессов и рыночных отношений с целью адаптации субъектов коммерции к сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг. 23. Создание комплексных автоматизированных систем коммерческой информации для анализа макро- и микросреды предприятия. 24. Опыт коммерции, факторы и ориентиры ее развития. 25. Организация и управление внутренней торговлей. 26. Тенденции в организации и управлении обслуживанием

- | | |
|--|---|
| | покупателей в оптовой и розничной торговле.
27. Эволюция основных видов и типов торговых предприятий, их современное состояние.
28. Система управления развитием внутренней торговли. |
|--|---|

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

В создании ценности для потребителей участвуют...

- основные, вспомогательные и обслуживающие бизнес - процессы
- основные и вспомогательные бизнес - процессы
- основные, вспомогательные, управленческие, технологические бизнес – процессы

К основным бизнес – процессам относятся процессы,...

- не участвующие в создании ценностей для потребителей напрямую
- непосредственно участвующие в создании прибавочного продукта
- обеспечивающие развитие торговых технологий и нормативно – правовое обеспечение коммерческой деятельности

К вспомогательным бизнес – процессам относятся процессы,...

- не участвующие в создании ценностей для потребителей напрямую
- непосредственно участвующие в создании прибавочного продукта
- обеспечивающие развитие торговых технологий и нормативно – правовое обеспечение коммерческой деятельности

К вспомогательным бизнес – процессам относятся...

- управленческие бизнес – процессы; процессы, обеспечивающие обслуживание основной деятельности; процессы развития торговых технологий; нормативно – правовое обеспечение коммерческой деятельности
- операции, обеспечивающие поставки товаров посредническим структурам; купля – продажа товаров и оказание услуг коммерческого характера; операции организации торговой деятельности и контроля за ней
- операции, относящиеся к маркетингу и продажам; операции по послепродажному обслуживанию потребителей

К основным бизнес – процессам относятся...

- управленческие бизнес – процессы; процессы, обеспечивающие обслуживание основной деятельности; процессы развития торговых технологий; нормативно – правовое обеспечение коммерческой деятельности
- операции, обеспечивающие поставки товаров посредническим структурам; купля – продажа товаров и оказание услуг коммерческого характера; операции организации торговой деятельности и контроля за ней
- операции, относящиеся к маркетингу и продажам; операции по послепродажному обслуживанию потребителей

К основным бизнес – процессам относятся...

- принятие решения о приобретении нового торгового – технологического оборудования; инфраструктура; процессы развития торговых технологий; нормативно – правовое обеспечение коммерческой деятельности
- поиск партнеров; сбор и обработка информации о надежности, финансовой устойчивости партнеров, качестве их продукции (услу-
- транспортирование грузов и их хранение; подготовка договора купли – продажи; уборка помещения

К объектам коммерческой деятельности относятся...

- деньги и ценные бумаги

- результаты интеллектуальной деятельности
- оружие
- наркотики
- Д) информация
- Е) яды

Принципами коммерческой деятельности являются...

- передача прав собственности на товар от продавца к покупателю
- обеспечение сохранности и защиты товара, находящегося на хранении или в процессе перехода владения
- высокая культура обслуживания потребителей
- соблюдение действующего законодательства
- Д) концентрация и рассредоточение товаров

Под владением собственником своим имуществом понимается...

- возможность эксплуатации, хозяйственного использования имущества, его потребления
- возможность изменения принадлежности имущества, его состояния или предназначения
- возможность иметь у себя данное имущество, фактически обладать им

Под пользованием собственником своим имуществом понимается...

- возможность эксплуатации, хозяйственного использования имущества, его потребления
- возможность изменения принадлежности имущества, его состояния или предназначения
- возможность иметь у себя данное имущество, фактически обладать им

Под распоряжением собственником своим имуществом понимается...

- возможность эксплуатации, хозяйственного использования имущества, его потребления
- возможность изменения принадлежности имущества, его состояния или предназначения
- возможность иметь у себя данное имущество, фактически обладать им

К факторам коммерции относятся...

- субъекты и объекты коммерческой деятельности
- факторы внешней и внутренней среды
- создание товара
- качество товара
- Д) системный подход к коммерческой деятельности

При оценке принадлежности к определенной сфере деятельности и источникам финансирования все потребители делятся на следующие группы:

- инфраструктурные элементы, обслуживающие бизнес – рынок
- коммерческие структуры, относимые законодательством к сфере предпринимательства
- некоммерческие организации и учреждения, различные общественные образования
- предприятия по добыче промышленного и пищевого сырья из природных источников
- Д) государственные и муниципальные предприятия
- Е) предприятия по вторичной переработке сырья и материалов

В зависимости от отраслевой принадлежности все предприятия образуют следующие группы:

- инфраструктурные элементы, обслуживающие бизнес – рынок
- предприятия по первичной промышленной переработке и обогащению сырья
- коммерческие структуры, относимые законодательством к сфере предпринимательства
- предприятия по добыче промышленного и пищевого сырья из природных источников
- Д) некоммерческие организации и учреждения, различные общественные образования
- Е) государственные и муниципальные предприятия

В зависимости от отраслевой принадлежности все предприятия образуют следующие группы:

- социально – бытовая инфраструктура
- коммерческие структуры, относимые законодательством к сфере предпринимательства

- предприятия по вторичной промышленной переработке сырья и материалов
- предприятия по добыче промышленного и пищевого сырья из природных источников
- Д) государственные и муниципальные предприятия
- Е) некоммерческие организации и учреждения, различные общественные образования

Франшиза представляет собой...

- разрешение на ввоз товаров из-за границы или на вывоз их за границу, выдаваемое государственными органами
- соглашение, дающее право на выполнение некоторых действий
- вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона передает другой стороне за плату право на определенный вид бизнеса, используя разработанную систему его ведения
- лицензионное соглашение, подразумевающее использование товарного знака и технологий со взаимными обязательствами и льготами между передающей и получающей сторонами, предоставляемое за плату и оформленное в соответствии с законом о товарных знаках
- Д) вообще право льготного или бесплатного пользования

Лицензия представляет собой...

- разрешение на ввоз товаров из-за границы или на вывоз их за границу, выдаваемое государственными органами
- соглашение, дающее право на выполнение некоторых действий
- вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона передает другой стороне за плату право на определенный вид бизнеса, используя разработанную систему его ведения
- лицензионное соглашение, подразумевающее использование товарного знака и технологий со взаимными обязательствами и льготами между передающей и получающей сторонами, предоставляемое за плату и оформленное в соответствии с законом о товарных знаках
- Д) вообще право льготного или бесплатного пользования

Посредник в сфере оптовой торговли продукцией производственно – технического назначения выполняет следующие функции:

- транспортировка грузов с магистрального транспорта
- использование единообразных методов торговли
- сбыт и стимулирование продвижения товара
- сокращение расходов на закупку товаров

Посредник в сфере оптовой торговли продукцией производственно – технического назначения выполняет следующие функции:

- изучение существующих внутрифирменных источников влияния на процесс купли - продажи
- предоставление коммерческой информации и консультирование
- распространение опыта заключения аналогичных сделок
- дробление крупных партий товаров на более мелкие

Посредник в сфере оптовой торговли продукцией производственно – технического назначения выполняет следующие функции:

- финансовое участие в расчетах по купле – продаже
- распространение опыта заключения аналогичных сделок
- осуществление закупок и формирование товарного ассортимента для предприятия - потребителя
- изучение существующих внутрифирменных источников влияния на процесс купли – продажи

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Особенности взаимодействия субъектов коммерческой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коммерческая Деятельность, её сущность и содержание 2. Коммерция, коммерческая деятельность в рыночной экономике. Цели и задачи коммерческой деятельности.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения. 4. Особенности коммерческой деятельности в рыночных условиях хозяйствования. 5. Место и роль розничной торговли в экономике и социальной жизни России. 6. Перспективные направления развития розничной торговли. 7. Зарубежный опыт развития розничной торговли. 8. Интеграционные процессы в торговле. 9. Этапы развития розничных торговых сетей. 10. Стратегии выхода розничных торговых сетей на региональные рынки. 11. Стратегические розничные альянсы в условиях глобализации товарных рынков 12. . Аутсорсинг в системе поставок. 13. Факторинг: сущность, содержание, анализ факторинговых схем, их использование в торговле. 14. Пути совершенствования технологических решений при проектировании предприятий торговли. 15. Проблемы развития коммерции: организационные, экономические, финансовые, технико-технологические и правовые. 16. Характеристика проблем коммерции как сложных ситуаций, сложившихся в функционировании предприятий в условиях перехода к рыночной экономике. 17. Трансформация торгового пространства в условиях цифровой экономики 18. Особенности коммерческой деятельности в цифровой среде
<p>Маркетинговые условия конкурентоспособности и эффективности коммерческой организации</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Эффективные инструменты в управлении товарными категориями. 2. Стратегическое управление коммерческо-предпринимательской структурой. 3. Базовые стратегии коммерческо-предпринимательской деятельности. 4. Приоритеты коммерческого предпринимательства и прогнозирование перспектив его развития. 5. Методы управления стратегическими изменениями. 6. Реорганизация и ликвидация предпринимательских организаций. 7. Стратегические направления развития сервиса и технологии процессов сервисного обслуживания. 8. Сущность и содержание макросреды. 9. Влияние макросреды на коммерческую деятельность. 10. Государственное регулирование, его влияние на деятельность торгового предприятия и ее эффективность. 11. Сущность и содержание микросреды. 12. Влияние микросреды на коммерческую деятельность

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-4, ПК-3
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне