



Наименование дисциплины и код: БЗ.1 Теория коммерции

<b>Лектор</b>	<b>Донченко Ольга Алексеевна</b>
<b>Контактная информация:</b>	325394 раб
<b>Количество кредитов:</b>	4
<b>Дата:</b>	<b>3 семестр учебного года</b>
<b>Цель и задачи курса</b>	<p><b>Цель</b> преподавания дисциплины «Теория коммерции» состоит в том, чтобы изучить процессы, направленные на организацию и создание предприятия, виды и формы предприятий, осуществление актов купли-продажи для получения прибыли связанной со сменой форм стоимости.</p> <p>Достижение поставленных целей реализуется выполнением студентами <b>следующих задач</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- выявление и изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения;</li><li>- планирование и организация процессов закупки и продажи товаров на предприятиях различных сфер и отраслей;</li><li>- формирование товарного ассортимента предприятия с учетом его особенностей при осуществлении хозяйственной деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;</li><li>- организация поставок товаров и процессов товародвижения на рынке товаров;</li><li>- организация системы сбыта товаров на отраслевом рынке и его стимулирования;</li><li>- моделирование коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;</li><li>- анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия;</li><li>• - изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена, инфраструктуры рынка.</li></ul>
<b>Описание курса</b>	Курс «Теория коммерции» включает такие направления как: закупка материально-технических ресурсов предприятиями; планирование ассортимента и сбыта продукции на предприятии; организация закупки и сбыта продукции; выбор наилучшего партнера в коммерческой деятельности; организация оптовой и розничной продажи товара; торговые операции на биржах; организация коммерческой деятельности на СП.
<b>Пре реквизиты</b>	Изучение курса базируется на основных положениях экономики, менеджмента, основ маркетинга.

<b>Пост реквизиты</b>	Пост реквизиты дисциплины: полученные знания и навыки будут использоваться студентами при изучении экономических, макроэкономических дисциплин, при выполнении выпускной квалификационной работы и в дальнейшей трудовой деятельности..
<b>Компетенции</b>	<p>Согласно требованиям к уровню освоения содержания дисциплины «Теория коммерции» студенты должны <b>знать</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• классификацию предприятий;</li> <li>• основные теории, понятия, цели и задачи коммерческой деятельности</li> <li>• принципы управления коммерческими организациями;</li> <li>• сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности;</li> <li>• методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;</li> <li>• методы и инструменты государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности;</li> <li>• принципы и методы, в соответствии с которыми формируются организационные структуры коммерческой деятельности;</li> </ul> <p><b>Студент должен уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• пользоваться нормативными документами в коммерческой деятельности,</li> <li>• выбирать форму продвижения товаров, поставщиков и торговых посредников;</li> <li>• выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;</li> <li>• применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавра коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;</li> </ul> <p><b>Студент должен владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• работать с действующими государственными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;</li> <li>• навыками делового и управленческого общения; планирования и организации работы подразделения, формирования организационных структур управления; выявления, формирования и удовлетворения потребности; обеспечения распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> </ul>
<b>Политика курса</b>	<b>Посещение занятий:</b> При пропуске занятий студент самостоятельно изучает пропущенную тему и сдает преподавателю в виде письменной работы, реферата.

	<p><b>Требования преподавателя:</b> На занятия не опаздывать, выполнять задания преподавателя в срок, не пользоваться сотовыми телефонами на занятиях.</p> <p><b>Политика академического поведения:</b> Политика курса включает следующий рекомендуемый перечень требований преподавания к проведению занятий и дисциплине студента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- не пропускать занятия;</li> <li>- не опаздывать на занятия;</li> <li>- активно участвовать в учебном процессе;</li> <li>- пунктуальность, аккуратность, обязательность;</li> <li>- выполнение самостоятельных заданий;</li> <li>- работа в команде и участие в дискуссиях;</li> </ul> <p>Приветствуется терпимость, доброжелательность, открытость</p>
<b>Методы преподавания:</b>	Лекции, Диаграмма Венна, Презентация, работа в малой группе, Мозговой штурм, Дискуссия, ИНСЕРТ, показ видеофильмов и др.
<b>Форма контроля знаний</b>	Экзамены
<b>Литература:</b>	<p><b>Основная литература</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Андерхилл Пако. Место действия – торговый центр. пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012 – 218 с.</li> <li>2. Брагин Л.А и др. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: Учебник для вузов –М.: 2014.-313 с.</li> <li>3. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учебник/С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова – М.: выш. шк. 2015 – 352 с.</li> <li>4. Егоров В.Ф. Организация торговли учебник для вузов – Питер: 2014 – 344 с.</li> <li>5. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов.-М.:2011.-623 с.</li> <li>6. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -8-е изд.перераб. и доп.-М.: Дашков и Ко, 2005 – 504 с.*</li> <li>7. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2005. – 248 с.</li> <li>8. Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012 – 368 с.</li> </ol> <p><b>Дополнительная литература</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Ален П., Вуттен Дж. Продажи: Пер. с англ. -5-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 288 с.</li> <li>10. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Юрайт – Издат., 2014. – 332 с.</li> <li>11. Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник – 5-е изд. Перераб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 536 с.</li> </ol>

	<p>12. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. – СПб. :Питер, 2012. – 288 с.</p> <p>13. Кардашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли: Учебное пособие. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 133 с.</p> <p>14. Косов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: Учебное пособие. – В.: 2012. – 269 с.</p> <p>15. Маликов О.Б. Склады и грузовые терминалы: Справочник. СПб.: Издат. Дом «Бизнес-пресса», 2015. – 560 с.</p> <p>16. Парамонова Т.Н. Организация мерчендайзинга в розничном торговом предприятии: Учебное пособие. – М.: ОУПКРТ, 2012. – 79 с.</p> <p>17. Смирнов Э.А. Теория организации: Учебн. Пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 248 с.</p> <p>18. Современный супермаркет: Учебник по современным формам торговли – изд. 2-е М.: Издательство Жигульского (ООО «Современные розничные и ресторанные технологии»). 2012. – 336с.</p> <p>19. Тесты до дисциплине «Организация коммерческой деятельности», 2005</p> <p>20. Торговля в России 2005: Стат. Сборник. – М.: Росстат России, 2006 – 543 с.</p> <p>21. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 544 с.</p> <p>22. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: Учеб. Пособие / Под ред.М.Н.Баканова, А.Д.Шеремета.– М.:Финансы и статистика, 2004.–656 с.</p> <p><b>Интернет-ресурсы</b></p> <p>23. <a href="http://www.retail.ru">http://www.retail.ru</a></p> <p>24. <a href="http://www.deloitte.ru">http://www.deloitte.ru</a></p> <p>25. <a href="http://www.linkexplorer.ru">http://www.linkexplorer.ru</a></p>
СРС	<p><b>Перечень вопросов для самостоятельной работы.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные факторы внешней среды предприятия.</li> <li>2. Службы предприятия.</li> <li>3. Основные функции служб предприятия.</li> <li>4. Методы исследования коммерции.</li> <li>5. Основные явления коммерции.</li> <li>6. Сущность и организационные формы аукционов.</li> <li>7. Концепция анализа коммерческих предприятий.</li> <li>8. Этикет коммерсанта.</li> <li>9. Деловые переговоры.</li> </ol>

	<p>10. Деловая переписка.  11. Концепция анализа планирования коммерческой работы.  12. Коммерческая приемка товара  13. Возможности международной коммерции.  14. Презентация.  15. Коммерческий риск.</p> <p style="text-align: center;"><b>Тематика рефератов</b></p> <p>Реферат – краткое изложение содержания документа или его части, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с документом, и определения целесообразности обращения к нему. Объем реферата составляет 15-20 печатных листов формата А4. печатного текста или в электронном варианте. Задание на реферат студент получает в случае пропусков занятий по не уважительной причине.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теории коммерции.</li> <li>2. История развития коммерции.</li> <li>3. Категории коммерции.</li> <li>4. Законы коммерции.</li> <li>5. Каналы распределения товаров и организация товародвижения.</li> <li>6. Работа с банками.</li> <li>7. Принципы коммерции.</li> <li>8. Использование маркетинга в коммерции.</li> <li>9. Коммерческие операции.</li> <li>10. Таможенные операции.</li> </ol> <p>Презентация – что это такое?</p>
<b>Примечание.</b>	

**Календарно-тематический план распределения часов с указанием недели, темы**

№	Тема	Кол-во часов	Литература	Подготовительные вопросы по модулям
1	Предмет, метод, научные теории коммерции.	12	<b>Литература:</b> Основная: 1-8 Дополнительная: 9-22	
2	Предприятие – как субъект коммерческой деятельности. Понятия. Категории.	16		

3	Принципы управления коммерческой деятельностью предприятия.	12		
4	Цели и анализ коммерции. Закупочная и сбытовая деятельность.	12		
	Функции коммерческой деятельности. Организация биржевой торговли	20		
5	Организация коммерческой деятельности на совместных предприятиях.	16		
6	Практика коммерции. Лизинговые операции. Факторинг.	12		
7	Эффективность рекламы в коммерции	16		
8	Психология и этика коммерческой деятельности	4		
	<b>ИТОГО</b>	<b>120</b>		

#### График самостоятельной работы студентов – 4 семестр

№	Недели Месяцы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Суммы баллов
		Сентябрь				Октябрь						Ноябрь						
1	Текущий контроль	20				20												40 баллов
2	Срок сдачи СРС*.																	

#### График самостоятельной работы студентов – 5 семестр

№	Недели Месяцы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Суммы баллов
---	------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	-----------------

		октябрь	ноябрь	декабрь	
1	Текущий контроль	10	15	15	40 баллов
2	Срок сдачи СРС*.				
2	Срок сдачи СРС*.				

[www.keu.edu.kg](http://www.keu.edu.kg)

