

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.10 Коммерческая деятельность предприятия

по направлению подготовки: 38.03.01 «Экономика»

по профилю «Экономика предприятий и организаций»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: Экономики

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Экономики»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Коммерческая деятельность предприятия» является:

а) овладение бакалаврами знаниями и действиями организации коммерческой деятельности предприятия, направленными на ее совершенствование для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли

2. Содержание дисциплины:

Сущность коммерческой деятельности

Понятие и содержание коммерческой деятельности

Организационные основы коммерческой деятельности

Основные субъекты коммерческой деятельности на товарном рынке

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий для решения профессиональных задач;
- б) научный подход к информационно-методическому обеспечению коммерческой деятельности;
- в) специфику формирования товарного ассортимента предприятий, методики его анализа и оценки;
- г) организацию процесса закупки товаров на отраслевом рынке;
- д) составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек;
- е) организационные структуры управления коммерческими службами предприятий, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями;
- ж) виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования в целях развития коммерческой деятельности предприятия.

2) Уметь:

- а) создавать и использовать информационную базу для организации коммерческой деятельности предприятия;
- б) формировать товарный ассортимент с учетом требований рынка;
- в) организовать работу с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров;
- г) организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров;
- д) управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевом рынке;
- е) организовать систему сервисного обслуживания на рынке товаров;
- ж) применять методы стимулирования сбыта (продажи);
- з) анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида деятельности предприятия;
- и) моделировать и проектировать коммерческую деятельность предприятия на рынке товаров и услуг.

3) Владеть:

- а) методами и инструментами исследования и формирования рынка и потребительского спроса;

- б) подходами, методами и инструментарием осуществления функциональной коммерческой деятельности предприятия;
- в) методами и инструментарием анализа и оценки факторов, определяющих рыночную позицию предприятия и содержание функциональных стратегий предприятия;
- г) методами, инструментарием и алгоритмом планирования и формирования сбытовой политики;
- д) методами и инструментарием выбора и обоснования портфеля квалифицированных поставщиков ресурсов

Зав.каф. экономики



Авилова В. В.