

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление и направленность (профиль)

38.03.07 Товароведение. Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Коммерческая деятельность» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 38.03.07 Товароведение (утв. приказом Минобрнауки России от 04.12.2015г. №1429) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Natalya.Yurchenko@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и торговли от 30.05.2023 , протокол №

10

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000B27F2A
Владелец	Юрченко Н.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000B27F2B
Владелец	Юрченко Н.А.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Профессиональная деятельность бакалавров товароведения осуществляется в сфере производства и товарного обращения и направлена на обеспечение функционирования предприятий всех организационно-правовых форм в целях рациональной организации коммерческой деятельности с учетом отраслевой, региональной и номенклатурной специфики предприятия.

Целью дисциплины «Коммерческая деятельность» является получение теоретических знаний, формирование умений и навыков в осуществлении основных процессов коммерческой деятельности, направленных на наиболее эффективное их выполнение, удовлетворение потребительского спроса и получение прибыли.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучение теоретических аспектов коммерческой деятельности;
- умение анализировать процессы, происходящие в коммерческой деятельности;
- умение осуществлять поиск и выбирать поставщиков и торговых посредников;
- получение умений и навыков осуществлять хозяйственные связи с поставщиками и покупателями, в том числе организовывать переговорный процесс, составлять договора и осуществлять контроль за выполнением договорных обязательств;
- умение анализировать коммерческую информацию;
- изучение организации коммерческой работы по оптовой и розничной продаже товаров;
- умение пользоваться нормативной документацией, необходимой для профессиональной деятельности;
- получение навыков выбора методов управления товарными запасами;
- умение определять форму расчетов при совершении коммерческих операций;
- умение находить методы организационно-управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ПК-1	Умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства	Знания:	- критерии выбора поставщиков - правила составления коммерческих предложений
			Умения:	-применять методы изучения покупательского спроса - составлять и анализировать коммерческие предложения
			Навыки:	- навыками выбора критериев выявления потенциальных поставщиков потребительских товаров с учетом различных требований

	ПК-2	Способность организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности	Знания:	- видов и форм коммерческих операций - правил организации закупки и поставки товаров
			Умения:	- осуществлять связи с поставщиками и покупателями - вести деловые переговоры
			Навыки:	- навыками составления договоров и контроля за выполнением договорных обязательств - навыками повышения эффективности торгово-закупочной деятельности
	ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях	Знания:	- основных аспектов управленческой деятельности
			Умения:	- анализ, оценка ситуаций для принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
			Навыки:	- осуществлять сбор, анализ и обработку данных необходимых для принятия управленческих решений

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к базовой части дисциплин.

Д и с ц и п л и н а «Коммерческая деятельность» п р о д о л ж а е т формирование профессиональных компетенций.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Маркетинг». На данную дисциплину опираются «Организация внешней торговли», «Электронная торговля».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.07 Товароведение	ОФО	Бл1.Б	5	3	55	36	18	0	1	0	53	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности	6	2	0	7	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
2	Характеристика коммерческих операций	4	2	0	6	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
3	Организация хозяйственных связей.	6	4	0	8	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
4	Информационное обеспечение коммерческой деятельности	4	2	0	6	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
5	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	4	2	0	6	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
6	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	4	2	0	8	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
7	Понятие товарных запасов и их классификация	4	2	0	6	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .

8	Организация расчетов в коммерческой деятельности	4	2	0	6	Опрос, дискуссия по проблемным вопросам изучаемой темы, выполнение ситуационного задания, тест в интерактивном курсе в электронной среде Moodle .
Итого по таблице		36	18	0	53	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность и содержание коммерческой деятельности.

Содержание темы: Содержание темы 1. Понятие, сущность и содержание коммерческой деятельности. Принципы, функции, задачи коммерческой деятельности. Объекты и субъекты коммерческой деятельности. Коммерческие риски. Свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы. Организационно-правовые формы функционирования коммерческой деятельности. Развитие коммерции в России и за рубежом. Государственное регулирование коммерческой деятельности. Практическое занятие по теме 1. Цель работы: Знакомство с теоретическими аспектами коммерческой деятельности. Анализ процессов, происходящих в коммерческой деятельности. Выполнение группового ситуационного задания №1. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 2 Характеристика коммерческих операций.

Содержание темы: Содержание темы 2. Понятие коммерческих операций. Классификация коммерческих операций. Основные коммерческие операции. Виды и формы коммерческих сделок. Субъекты и объекты коммерческих операций. Практическое занятие по теме 2. Цель работы: Знакомство с основными коммерческими операциями и порядком составления коммерческих предложений. Выполнение группового ситуационного задания №2. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом

занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 3 Организация хозяйственных связей.

Содержание темы: Содержание темы 3. Понятие и сущность хозяйственных связей. Классификация хозяйственных связей. Правовое регулирование хозяйственных связей. Организация и ведение деловых переговоров. Классификация хозяйственных договоров. Порядок заключения, исполнения, обеспечения и расторжения хозяйственных договоров. . Характеристика отдельных договоров: договор купли-продажи и содержание отдельных его разделов; договор о сбытовом посредничестве; договора комиссии и консигнации; дилерские договора; агентские соглашения и другие. Организация и ведение деловых переговоров. Практическое занятие по теме 3. Цель работы: получение умений и навыков осуществлять хозяйственные связи с поставщиками и покупателями, в том числе организовывать переговорный процесс, составлять договора и осуществлять контроль за выполнением договорных обязательств. Выполнение группового ситуационного задания №3. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 4 Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Содержание темы: Содержание темы 4. Источники коммерческой информации. Виды коммерческой информации Коммерческая тайна и ее защита Практическое занятие по теме 4. Цель работы: получение навыков работы с коммерческой информацией. Выполнение группового ситуационного задания №4. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Содержание темы 4. Источники коммерческой информации. Виды коммерческой информации Коммерческая тайна и ее защита Практическое занятие по теме 4. Цель работы: получение навыков работы с коммерческой информацией. Выполнение группового ситуационного задания №4.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 5 Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров.

Содержание темы: Содержание темы 5. Сущность, роль и значение закупочной работы. Изучение покупательского спроса. Организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров. Выбор партнеров в коммерческой деятельности. Организация и технология закупок товаров у поставщиков: организация биржевой торговли; аукционная торговля; закупка товаров на оптовых рынках; закупка товаров на оптовых ярмарках. Практическое занятие по теме 5. Цель работы: знакомство с организацией закупочной работы. Выполнение группового ситуационного задания №5. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 6 Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров.

Содержание темы: Содержание темы 6. Сущность коммерческой работы по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Методы оптовой продажи. Коммерческая работа по розничной продаже товаров. Этапы коммерческой работы по розничной продаже товаров. Практическое занятие по теме 6. Цель работы: знакомство с коммерческой работой по оптовой и розничной продаже товаров. Выполнение группового ситуационного задания №6. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 7 Понятие товарных запасов и их классификация.

Содержание темы: Тема 7. Понятие товарных запасов и их классификация. Содержание темы 7. Сущность товарных запасов. Классификация товарных запасов.

Управление товарными запасами Практическое занятие по теме 7. Цель работы: получение навыков выбора методов управления товарными запасами; Выполнение группового ситуационного задания №7. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

Тема 8 Организация расчетов в коммерческой деятельности.

Содержание темы: Содержание темы 8. Сущность расчетов в коммерческой деятельности Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов. Порядок открытия счетов в банке. Расчёты платёжными поручениями. Расчёты по аккредитиву. Расчёты по инкассо. Расчёты чеками. Расчёты векселями. Электронные банковские услуги. Расчеты в иностранной валюте. Факторинговые операции. Практическое занятие по теме 8. Цель работы: умение определять форму расчетов при совершении коммерческих операций. Выполнение группового ситуационного задания №8. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены презентации, активные и интерактивные формы проведения занятий - моделирование деловой ситуации, обсуждение (дискуссии). На лекционном занятии студенты изучают теоретический материал, выявляют и обсуждают проблемные вопросы. Программой дисциплины предусмотрено использование инновационных технологий обучения. В качестве интерактивных форм проведения занятий по теме представлены: - лекция - презентация в PowerPoint; - интерактивный курс с инструктированием в реальном времени через Интернет (ЭОС Moodle). На практическом занятии по теме студенты обсуждают примеры из деловой практики, участвуют в групповой дискуссии, выполняют ситуационные задания, представляют и обсуждают полученные результаты.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Текущий самоконтроль освоения лекционного материала в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle, подготовка к практическому занятию и презентации результатов, подбор примеров из деловой практики по заданной тематике, подготовка к дискуссии по теме.

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Рекомендации по изучению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания по СРС по теме в электронной среде Moodle и написание эссе, самостоятельное изучение некоторых разделов курса.

Методические рекомендации по обеспечению самостоятельной работы

Цель СРС в процессе обучения заключается, как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом учебном материале.

Самостоятельная работа студентов необходима для закрепления теоретического материала и подготовки к различным формам проведения практических занятий. Самостоятельная работа бакалавров предполагает работу в электронной образовательной среде (ЭОС), сравнительный анализ литературы по проблематике курса, обзор деловой практики по заданной тематике, подготовку к обсуждению тем и дискуссиям в аудитории, написание эссе по заданной теме, подготовка к тестированию по темам курса.

Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований в форме презентации (файл с расширением .ppt). Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации.

Для проведения занятий лекционного типа используются презентационные материалы, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций, представленным в пункте 5 настоящей РПД.

Для успешного освоения предложенных тем или отдельных вопросов следует ознакомиться с содержанием лекций посредством изучения презентаций и рекомендованной литературы. В целях расширения и углубления знаний по той или иной теме следует обратиться не только к рекомендованным, но и другим источникам, представленным в п.10.

На лекциях, проводимых в интерактивном и электронном режимах, излагаются теоретические вопросы по каждой теме. Для успешного освоения предложенных тем следует ознакомиться с содержанием лекций, изучить презентации и материал в представленных электронных учебниках, [видеокурсах](#) и других дополнительных источниках. Литературные источники, а также законодательные акты в рамках данной дисциплины являются дополнительным способом получения знаний по темам. Главным их назначением является расширение информационного поля, по сравнению с тем объемом знаний, который включен в лекционный курс.

После того как тема будет освоена, следует ответить на вопросы теста самоконтроля. Отметить вопросы, которые встретили затруднение, с целью последующего выяснения на практических занятиях или текущих консультациях по предмету. Затем ответить на контрольный тест по теме в интерактивном курсе в электронной среде Moodle.

После изучения теории по теме на практическом занятии выполняется групповое ситуационное задание на материалах конкретных предприятий с защитой полученных результатов.

Целью выполнения ситуационных заданий является закрепление теоретических знаний, отработка практических навыков и умений.

Содержание ситуационных заданий по каждой теме и порядок их выполнения содержатся в ФОС и в интерактивном курсе в электронной среде Moodle.

К одной из форм самостоятельной работы студентов (СРС) относится выполнение индивидуального задания по СРС. По каждой теме составляется краткий конспект (2-3 страницы машинописного текста формата А4 (шрифт 12 Times New Roman) по вопросу для самостоятельного изучения.

Выполнение индивидуального задания по СРС по каждой теме в электронной среде Moodle осуществляется по вопросам, представленным в таблице 4.

Таблица 4 - Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

--

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Часы СРС на выполнение
1	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности	Этапы развития коммерческой деятельности в России	7
2	Тема 2. Характеристика коммерческих операций	Субъекты и объекты коммерческих операций	6
3	Тема 3. Организация хозяйственных связей	Посреднические договора и их значение	8
4	Тема 4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности	Понятие товарной информации и ее классификация	6
5	Тема 5. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	Закупка товаров на мелко оптовых магазинах-складах	6
6	Тема 6. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	Организация коммерческой деятельности малых предприятий в розничной торговле	8
7	Тема 7. Понятие товарных запасов и их классификация	Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов	6
8	Тема 8. Организация расчетов в коммерческой деятельности	Факторинговые операции	6
		всего	53

Еще одной формой самостоятельной работы является написание [эссе](#).

Студентам предлагается самостоятельно выбрать одну из предложенных тем.

Объем [эссе](#) составляет 1.5- 2.0 страницы машинописного текста формата А4.

[Эссе](#) - это обоснование личностной точки зрения студента по выбранной тематике в письменной форме.

Написание [эссе](#) развивает творческое мышление, навыки письменного изложения мыслей. Студенты учатся выявлять причинно-следственные связи, структурировать информацию, формулировать то, что им хотелось бы высказать, аргументировать свою точку зрения, иллюстрируя ее различными примерами, подытоживать изложенный материал.

Тематика эссе и критерии оценки представлены в ФОС.

Промежуточная аттестация (экзамен) осуществляется в форме теста в интерактивном курсе в электронной среде Moodle. Студентам в произвольной форме формируется тест в 20 вопросов.

Вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену

При работе с учебной литературой, методическими пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям и к экзамену бакалавры должны воспользоваться следующим списком контрольных вопросов.

1. Сущность и содержание коммерческой деятельности.
2. Основные виды коммерческой деятельности.
3. Роль и функции оптовой торговли.
4. Организация и технология оптовой продажи товаров.
5. Классификация предприятий розничной торговли.
6. Современное состояние и тенденции развития розничной торговли
7. Многоуровневый сетевой маркетинг. Торговля на дому.
8. Способы продажи технологий и услуг.
9. Основные виды и формы аренды.
10. Лизинг и его особенности. Развитие лизинга в России.
11. Франчайзинг и его виды. Развитие франчайзинга в России.
12. Факторинговые операции в коммерции.
13. Товарообменные операции. Встречные закупки товаров.
14. Компенсационные операции.
15. Бартерные операции. Развитие бартерных операций в России.

16. Операции с давальческим сырьём (толлинг).
17. Методы коммерческой деятельности.
18. Роль и виды посредников на рынке.
19. Особенности деятельности простых посредников на рынке.
20. Особенности деятельности поверенного на рынке.
21. Особенности деятельности комиссионера на рынке.
22. Особенности деятельности консигнатора на рынке.
23. Особенности деятельности дистрибьютора на рынке.
24. Положение посредников на рынке.
25. Основные виды вознаграждения посредников.
26. Субъекты коммерческой деятельности.
27. Виды коммерческих организаций и фирм.
28. Сущность и содержание биржевой торговли. Виды бирж.
29. Организация биржевой торговли. Виды биржевых сделок.
30. Развитие биржевой торговли в России.
31. Сущность и организационные формы аукционов.
32. Выбор партнёра и установление контактов с потенциальным продавцом.
33. Аукционная торговля. Развитие аукционной торговли в России.
34. Методы выявления потенциальных коммерческих партнёров.
35. Способы установления контактов с потенциальным продавцом.
36. Способы установления контактов с потенциальным покупателем.
37. Виды деловых переговоров в коммерции.
38. Организация деловых переговоров в коммерции.
39. Порядок и тактика ведения деловых переговоров.
40. Оформление и анализ результатов переговоров.
41. Классификация договоров в коммерции.
42. Виды договоров в коммерции.
43. Структура договоров в коммерции.
44. Порядок заключения и исполнения договоров.
45. Ответственность за нарушение договорных обязательств.
46. Изменение и расторжение договора.
47. Сущность и виды рисков в коммерции. Методы определения степени риска.
48. Основные способы управления коммерческими рисками.
49. Способы защиты коммерческих интересов продавца при составлении и исполнении контракта купли-продажи.
50. Способы защиты коммерческих интересов покупателя при составлении и исполнении контракта купли-продажи.
51. Способы защиты коммерческих интересов посредников при составлении и исполнении агентского договора.
52. Организация расчётов по договорам.
53. Виды расчётов по договорам.
54. Расчёты по аккредитиву в коммерции.
55. Расчёты по инкассо в коммерции.
56. Вексельная форма расчётов в коммерции.
57. Расчёты чеками в коммерции.
58. Электронные формы расчётов в коммерции.
59. Мошенничества, совершаемые при расчётах в коммерции.
60. Сущность прибыли торгового предприятия и источники её формирования.
61. Показатели рентабельности коммерческого предприятия.
62. Критерии и показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями

здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

Образовательный процесс по дисциплине может осуществляться с применением технологии смешанного обучения. В этом случае ЭОС обеспечивает проведение лекционных занятий, размещение ИДЗ по СРС, отчетов по практическим работам и эссе.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств.

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Дорман В. Н. ; под науч. ред. Кельчевской Н.Р. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] : Москва : Издательство Юрайт , 2022 - 134 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/kommercheskaya-deyatelnost-492182>
2. Маркетинг торгового предприятия : Учебник [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 282 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358504>

8.2 Дополнительная литература

1. Брагин Л.А., Панкина Т.В. Организация розничной торговли в сети Интернет : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Издательский Дом ФОРУМ , 2020 - 120 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=345289>
2. Валигурский Д.И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : Учебник [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2019 - 300 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=371139>
3. Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2020 - 480 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355610>
4. Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2022 - 480 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=399595>
5. Диянова С. Н., Денисова Н. И. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2020 - 384 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354919>
6. Иванов Г. Г., Никишин А. Ф., Шипилова С. С. Оптовая торговля : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Издательский Дом ФОРУМ , 2020 - 96 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355064>
7. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебное пособие [Электронный ресурс] : РИОР , 2019 - 216 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355098>
8. Корнеева И. В., Хруцкий В. Е. МАРКЕТИНГ. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 436 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-451956>
9. Новиков В. Э. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 184 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnoe-obespechenie-logisticheskoy-deyatelnosti-torgovyh-kompaniy-450414>
10. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. - 7е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 266 с. - ISBN 978-5-394-05272-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083266> (дата обращения: 06.09.2023).
11. Сидорова Н. П., Исаева Г. Н., Сидоров Ю. Ю. Информационное обеспечение и базы данных : Учебники [Электронный ресурс] - Москва|Берлин : Директ-Медиа , 2019 - 85 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=500238

8.3 *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):*

1. 2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
2. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>
3. Электронная библиотека Руконт <https://rucont.ru/>
4. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа:

<https://znanium.com/>

5. Электронная образовательная среда ВГУЭС: <http://edu.vvsu.ru/course/view.php?id=34104>

6. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"

7. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>

8. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

9. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prilib.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Canon LaserBase лазерные многофункц.устр-ва (принтер,сканер,копир)
- Персональный компьютер "В-Tronix office" Монитор АОС 21.5"

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standard Russian

10. Словарь основных терминов

1 . **Альтернативный (колеблющийся) спрос**, допускающий замену одного товара другим.

2 . **Аккредитив** -- это поручение банка покупателя банку поставщика произвести платежи в пользу поставщика по предъявлении расчетных документов, соответствующих условиям аккредитива, или предоставить полномочия другому банку произвести такие платежи за отгруженные ценности, выполненные работы и оказанные услуги.

3. **Акцепт** в расчетах означает согласие плательщика на оплату. Акцепт требований может быть последующим и предварительным.

4. **Бартерная сделка**: Безвалютный, но оцененный и сбалансированный обмен товарами, оформляемый договором мены (ГК РФ, статьи 567-571). По договору мены каждая из сторон обязуется передать в собственность другой стороне один товар в обмен на другой, при этом товары, подлежащие обмену, предполагаются равноценными, и расходы на их передачу и принятие осуществляются в каждом случае той стороной, которая несет соответствующие обязанности.

5 . **Безналичные расчеты** - это расчёты (платежи), осуществляемые без использования наличных денег, посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачетов взаимных требований.

6. **Вексель** -- ценная бумага, представляющая собой письменное долговое обязательство строго установленной формы, дающая ее владельцу беспорное право требовать от должника уплаты суммы обязательства.

7. **Дилер**-торговый посредник, приобретающий товары у производителя на основе договора купли-продажи. Становясь собственником товара, дилер перепродает его конечному потребителю по цене, регулируемой рынком.

8. **Дистрибьютор** - торговец, выступающий от имени фирмы с дистрибьюторскими функциями по отношению к товаропроизводителю. Заключая договор с производителем на реализацию товара, дистрибьютор становится его полномочным представителем.

9. Закупка – приобретение покупателем товара, услуг у товаропроизводителя (поставщика) с целью продажи их на внутреннем рынке. Отдел закупок определяет объемы закупок товаров совместно со складом и товарными отделами, осуществляет поиск источников поставок, направляет запросы поставщикам, сравнивает предложения поставщиков, передает заказ на поставку товаров, контролирует сроки и объемы поставок товаров.

10. Информационное обеспечение коммерческой деятельности — система сбора, обработки данных, позволяющих изучить ситуацию на рынке товаров и услуг в статике и динамике, измерить влияние определяющих ее факторов и выявить возможности управления ею в соответствии с выбранным стратегическим направлением.

12. Импульсный (непредвиденный спрос) — спрос, возникающий спонтанно под воздействием торговой рекламы, увиденного товара или в результате влияния продавца, предлагающего товар.

13. Коммерция – это вид торгового предпринимательства. Является составной частью предпринимательства.

14. Коммерческая деятельность – это деятельность, направленная на выполнение обширного комплекса взаимосвязанных торгово-закупочных операций, направленных на совершение процесса купли-продажи товаров, услуг с целью получения прибыли.

15. Коммерческая деятельность – это особый вид экономической активности (под которой мы понимаем целесообразную деятельность, направленную на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной коммерческой идее.

16. Коммерческая информация — совокупность сведений о состоянии ситуации на рынке товаров и услуг, которые служат объектом сбора, хранения, переработки и передачи

17. Коммерческая информация — это сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг.

18. Коммерческая тайна — это преднамеренно скрываемые по коммерческим соображениям экономические интересы и сведения о различных сторонах и сферах деятельности предприятия.

10. Комиссионная торговля - розничная торговля, предполагающая продажу комиссионерами товаров, переданных им для реализации комитентами, по договорам комиссии (ГОСТ Р 51303-99).

11. Конфиденциальная информация — это документированная информация, т.е. зафиксированная на материальном носителе и с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством РФ.

12. Еонкретизированный (сформулированный) спрос, при котором намерения покупателя в товаре имеют конкретные потребительские свойства (например: цвет и размер обуви, одежды).

13. Каналы товародвижения – способы доставки товара от производителя в места его потребления или продажи при оптимальных (минимальных) для продавца сбытовых издержках..

14. Консигнация - разновидность комиссионной продажи товаров за границу, при которой экспортер-консигнант отправляет товар на склад иностранной фирмы – консигнатору с поручением продать его на определенных условиях.

15. Консигнант- собственник товара, поставляющий его за границу для продажи на условиях консигнации. Консигнантом может быть лицо или фирма, которые дают консигнатору поручение на совершение сделок по продаже товара со склада за границей.

16. Консигнатор - торговый посредник, реализующий поставленный из-за границы товар на основе поручения владельца товара – консигнанта. Консигнатор получает от поручителя товары, продает их со своего склада от своего имени за вознаграждение, которое консигнант выплачивает консигнатору по договору консигнации.

17. Консигнационный договор (договор консигнации): Договор, регулирующий

имущественные правоотношения сторон, возникающие по поручению собственника товара (консигнанта) посреднику (консигнатору) реализовать на определенных условиях товар.

18. Комиссионер- торговый посредник выполняет поручения владельца товара – комитента, которые заключаются в закупке, продаже и обмене товара. На основе комиссионного соглашения предусматриваются обязанности и ответственность сторон, а также размер вознаграждения за услуги комиссионера.

18. Конкурентные преимущества торговой организации – это все конкурентные стратегии в области ее коммерческой деятельности (бизнеса). К факторам формирования конкурентных преимуществ относятся: структуризация магазинов по форматам; наличие товаров под собственными брендами; постоянное расширение сферы торговой деятельности, готовность к партнерским отношениям при заключении договоров; инновации в торгово-технологических процессах; дискаунтные цены; гибкая дисконтная система скидок; высокий уровень обслуживания; современная логистика.

19. Конкурентная позиция торговой организации – это позиция, которую организация занимает в отрасли в соответствии с результатами своей деятельности и со своими преимуществами и недостатками по сравнению с торговыми организациями-конкурентами.

20. конкретизированный (сформулированный) спрос, при котором намерения покупателя в товаре имеют конкретные потребительские свойства (например: цвет и размер обуви, одежды).

21. Корпоративная индивидуальность предприятия (CorporateIdentity)- эксклюзивные черты, отличающие предприятие и которые могут включать в себя: цветовые схемы, надписи, надписи на машинах, внешний и внутренний дизайн, мебель, канцелярские и офисные товары, упаковку.

22. Оборачиваемость товарных запасов – число раз продажи за год среднего размера товарного запаса предприятия, определяется путем деления объема продаж товаров за год на величину среднего товарного запаса.

23. Объектом является все, что подлежит купле-продаже (деньги, товары, «ноу-хау», интеллектуальная собственность и т.д., которые продаются с целью получения прибыли.

24. Оптовая торговля- торговля товаров с последующей их перепродажей или профессиональным использованием (ГОСТ Р 51303-99).

25. Переговоры -- это средство, взаимосвязь между людьми, предназначены для достижения соглашения, когда обе стороны имеют совпадающие либо противоположные интересы.

26. Посредник – это юридическое или физическое лицо, находящееся между другими контрагентами коммерческого процесса и выполняющее функции сведения друг с другом для обмена товарами, услугами, информацией.

27. Посредничество – это вид экономической, хозяйственной деятельности, который требует использования определенных ресурсов : природных, трудовых, средств производства.

28. Поставка товара – существенный этап исполнения договора купли-продажи, на котором происходит передача товара (продукции услуг) продавцом (поставщиком) покупателю (заказчику) в обусловленный срок или сроки.

29. Потребительский рынок: Сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами, исполнителями услуг и покупателями, сложившаяся на основе разделения труда (ГОСТ Р 51303-99). Потребительский рынок подразделяется в зависимости от объектов продаж: на рынок продовольственных товаров; рынок непродовольственных товаров; рынок услуг

30. Право собственности – это право обладания имуществом, владение, распоряжение, пользование.

31. Предпринимательство – это организация экономической, производственной и иной деятельности, направленной на получение прибыли, дохода.

32. Принципы коммерческой деятельности представляют собой основные

положения, правила, которые отражают ее природу и подчеркивают особенности ее организации на рынке товаров и услуг.

33.Развозная торговля: Розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только в комплекте с транспортным средством (ГОСТ Р 51303-99).

34. Расчеты - это правоотношения, опосредующие предоставление компенсации в денежной форме за произведенное исполнение или по другим основаниям.

35. Расчеты между сторонами могут производиться наличными деньгами и безналичными платежами.

36. Расчеты по инкассо -- это банковская операция, посредством которой банк по поручению и за счет клиента на основании расчетных документов осуществляет действия по получению от плательщика платежа.

37. Реквизиты — данные, которые должны содержаться в документе (договоре, акте) для признания его действительным.

38. Реализованный спрос — спрос, завершающийся покупкой товара. Этот спрос удовлетворен и в объеме и в ассортименте проданных товаров.

39. Розничная торговля: Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного и домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью (ГОСТ Р 51303-99).

40. Субъектами (участниками) являются те, кто осуществляет куплю-продажу (физ. и юр. лица), т.е. покупатель, продавец, посредник. Выступать в роли субъектов коммерческой деятельности, то есть осуществлять ее, могут как торговые организации и предприятия, так и индивидуальные предприниматели.

41. Субъектом государственного регулирования коммерческой деятельности выступает государство, общественные организации, законодательные органы.

42. Существенные условия договора – это предмет договора (в договоре купли-продажи условие о товаре: наименование, количество).

43. Товарный запас – это совокупность товарной массы, находящейся в сфере обращения и предназначенной для продажи.

44. Товарный кредит- продажа товаров в кредит (с рассрочкой платежа) на основе заключенного договора товарного кредита (ГК РФ статья 822), предусматривающего обязанность одной стороны (кредитора) предоставить другой стороне (заемщику) вещи, определенные родовыми признаками, на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возратить стоимость вещи и уплатить проценты с суммы предоставленного кредита. Условия о количестве, об ассортименте, о комплектности, о качестве, о таре и (или) упаковке предоставляемых вещей должны исполняться в соответствии с правилами о договоре купли-продажи товаров (ГК РФ статьи 465-485). Правила продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит в предприятиях розничной торговли регулируются Постановлением Правительства РФ от 9 сентября 1993 года № 895.

45. Толлинг - использование мощностей российских производственных предприятий инофирмами на «давальческих началах» и торговля товарами из давальческого сырья. Давальческим сырьем является сырье контрагента-партнера, ввозимое в страну с целью его переработки в готовую продукцию с последующим вывозом готовой продукции в страну фирмы-владельца сырья.

46. Торги – это способ закупки товаров, размещения заказов, выдачи подрядов путем привлечения покупателем (заказчиком) предложений (тендеров) нескольких поставщиков (подрядчиков), выбора наиболее выгодного из них и заключения с ним сделки.

47. Торговля - вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям (ГОСТ Р 51303-99).

48. Торговая зона - границы зоны тяготения покупателей к магазину в месте его размещения (дислокации), которые могут измеряться в метрах, километрах или минутах пешего хода. Для малых и средних предприятий розничной торговли она может составлять

400-800 м, крупных – от 1,0 –1,5 км до 50-60 км и более. По территориальному признаку торговые зоны подразделяются на 4 типа: центральную торговую зону, периферийную торговую зону, пригородную торговую зону и районную торговую зону.

49. Торговля по заказам покупателей - представляет собой прием и исполнение заказов на товары, включает следующие операции: прием и оформление заказов непосредственно на предприятия торговли, по телефону или вне предприятия, комплектование заказов, упаковывание заказов, отпуск товаров непосредственно на предприятии торговли и/ или доставку на дом (ГОСТ Р 51304-99).

5 0 . Торговый агент - физическое или юридическое лицо осуществляет посреднические услуги в интересах другого лица (принципала), дающего поручение на совершение коммерческих сделок, связанных с закупкой и поставкой товаров. Отношения между агентом и принципалом регулируются договором. За свои услуги агент получает вознаграждение в виде процента от заключенных сделок.

5 1 . Франчайзинг (Franchising): Организация бизнеса, в которой компания (франчайзер, правообладатель) передает индивидуальному предпринимателю или коммерческой организации (франчайзи, пользователю) право на использование исключительных прав (на фирменное наименование или коммерческое обозначение правообладателя, охраняемую коммерческую информацию, товарный знак, знак обслуживания и т.д.), на продажу продукта и услуг этой компании на условиях франчайзингового договора (коммерческой концессии, ГК РФ, статья 1027-1040)с указанием или без указания территории. *Территорией (Territory)* является район, в котором франчайзер предоставляет эксклюзивные права на рынок его предприятия.

52. Франчайзер(Franchiser, правообладатель) - компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы.

53. Франчайзи (Franchisee) - индивидуальный предприниматель или коммерческая организация (предприятие), которые покупают возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера и выплачивают сервисную плату за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера.

54. Франшиза (Franchise) - полная бизнес система, которую франчайзер продает франчайзи. В качестве подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает техническую и коммерческую документацию и иную информацию, необходимую франчайзи для ведения бизнеса. Франчайзер (правообладатель) обязан обеспечить регистрацию франчайзингового договора (коммерческой концессии) и выдать пользователю предусмотренные договором лицензии.

5 5 . Ярмарочная торговля - крупный торг, устраиваемый на периодически действующих рынках (ярмарках) в определенное время года, в постоянном месте и на определенный срок.