



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования Саратовский
государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова**

Факультет экономики и менеджмента

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета

_____ Дудникова Е.Б.

«__» _____ 2013 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Ларионов С.В.

«__» _____ 2013 г.

РАБОЧАЯ (МОДУЛЬНАЯ) ПРОГРАММА

Дисциплина Коммерческая деятельность предприятий

Для специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии АПК

Кафедра «Маркетинг в АПК»

Курс 5

Семестр 9

Объем дисциплины:

Всего часов – 130

Из них: аудиторных – 56

в т.ч. лекции – 28

практические занятия – 28

самостоятельная работа – 74

Форма итогового контроля: зачет - 9 семестре

Программу составил: доцент Минеева Л.Н.

Саратов 2013

Введение

Рабочая (модульная) программа:

- предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, и студентов специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии АПК, участвующих в процессе изучения дисциплины;
- устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Раздел 1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Коммерческая деятельность предприятий» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по организации и управлению коммерческой деятельностью на предприятиях различных сфер АПК.

В результате изучения дисциплины студент должен:

иметь представление (понимать и уметь объяснить) о роли, значении и месте тенденций и закономерностей развития коммерческой деятельности предприятия в условиях рыночной экономики.

знать: сущность коммерческой деятельности как рыночной категории и ее роль в эффективном хозяйствовании предприятия; государственное регулирование предпринимательства и коммерции.

уметь: моделировать и применять компьютерные технологии в процессе коммерческой деятельности предприятия с учетом специфики сельскохозяйственного производства; применять на практике принципы и способы организации управления коммерческой деятельностью предприятий АПК; определять требования потребителей к товару, соотношения его цены и качества.

Раздел 2. Исходные требования при подготовке студентов

Дисциплина «Коммерческая деятельность предприятий» относится к циклу дисциплин специализации и состоит из 2 модулей:

- общие вопросы коммерческой деятельности;
- организация коммерческой деятельности предприятия.

Изучение всех модулей осуществляется в 9 семестре.

К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Коммерческая деятельность предприятий», относятся знания, умения и виды деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплины «Логистика», «Менеджмент», «Экономика сельского хозяйства».

Раздел 3. Содержание и методика входного контроля

По дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий» входной контроль проводится в 9-м семестре на первом практическом занятии в форме устного или письменного опроса. Для успешного прохождения входного контроля студенту необходимо продемонстрировать эрудицию и знания по базовым дисциплинам, изученным на предшествующих курсах. На

проведение входного контроля затрачивается до 10-15 минут на одного студента. Максимальный рейтинг входного контроля – 6 баллов.

Раздел 4. Содержание дисциплины «Коммерческая деятельность предприятий»

Содержание модулей и модульных единиц	Наименование модулей. Наименование и содержание модульных единиц	Количество часов		Рейтинг, баллы
		Аудиторные занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5
	9-й семестр	56	74	56
Модуль 1	Общие вопросы коммерческой деятельности			
	Входной контроль			6
	Лекции			
1	Вводная лекция. Структура курса, методика изучения дисциплины, требования модульной системы. Основная задача изучения курса коммерческой деятельности предприятия. Цели и задачи коммерческой деятельности предприятий АПК в условиях развития рыночной экономики.	2		
2	Организационные формы предприятий. Их виды и функции. Экономические, социальные и правовые условия для коммерческой деятельности в АПК. Коммерческий риск в коммерческой деятельности и способы его уменьшения.	2		
3	Концепция коммерческой деятельности предприятия: принципы и сущность. Основные принципы коммерческой деятельности: внутрифирменное планирование, конкурентность, саморегулирование, контактность в хозяйственных взаимоотношениях.	2		
4	Сущность коммерческой деятельности в сельскохозяйственных предприятиях: изучение конъюнктуры рынка, анализ производства, возделывания и сбыта сельскохозяйственных	2		

	культур.			
5	Организация коммерческо-посреднической деятельности Коммерческая работа предприятия по оптовой продаже с/х товаров. Принципы развития оптовой торговли с/х товарами. Продажа товаров на оптовых рынках. Складская форма торговли. Биржевая торговля.	2		
	Практические и семинарские занятия			
1п	Сущность и содержание коммерческой деятельности предприятия Классификация субъектов коммерческих операций	2		
2п	Психология и этика коммерческой деятельности Коммерческая информация и ее защита	2		
3п	Порядок планирования и сбыта с/х продукции Анализ рынка с/х продукции. Методы его регулирования.	2		
4п	Производственная программа по растениеводству. Производственная программа по животноводству	2		
	Темы для самостоятельного изучения			
1с	Подготовка к входному контролю		3	
2с	Организационно-правовые формы предприятий.		4	
3с	Организационные формы объединения предприятий, их виды.		4	
4с	Методы определения коммерческих рисков.		4	
5с	Основные принципы коммерческой деятельности: внутрифирменное планирование, конкурентность, саморегулирование, контактность в хозяйственных взаимоотношениях.		4	
6с	Основные формы оптовой торговли.		4	
7с	Основные задачи и функции развития оптовой торговли.		4	
8с	Обязанности работников оптовой торговли.		4	
9с	Оптовые торговые услуги.		4	
10с	Подготовка к 1 модулю		4	
М1	Рубежный контроль			14
Модуль	Организация коммерческой			

2	деятельности предприятия			
	Лекции			
6	Коммерческая работа предприятия по розничной продаже с/х товаров. Методы розничной продажи с/х товаров: продажа на основе самообслуживания, продажа через прилавки, продажа по образцам, продажа с открытой выкладкой. Торговля по предварительным заказам. Торговые услуги	2		
7	Организация коммерческой деятельности предприятия по закупкам с/х товаров. Сущность, роль и содержание закупочной работы. Изучение и прогнозирование покупательского спроса.	2		
8	Этапы коммерческой работы по закупкам товаров сельского хозяйства. Торговые посреднические звенья в торгово-закупочной деятельности: товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые рынки.	2		
9	Организация учета и контроля поступления товаров от поставщика до продавца. Организация коммерческой деятельности на совместных предприятиях. Организация коммерческо-посреднической деятельности. Понятие коммерческо-посреднической деятельности, ее участники.	2		
	Практические и семинарские занятия			
5п	Заключение контрактов купли-продажи, подготовка и исполнение. Заключение контракта купли-продажи и поставки зерна.	2		
6п	Заключение контракта на поставку мясо-молочной продукции. Заключение «трехстороннего» контракта.	2		
7п	Заключение «биржевого контракта». Заключение контракта «фьючерсной» сделки	2		
8п	Задачи посреднической деятельности в коммерции. Условия и факторы осуществления	2		

	коммерческо-посреднической деятельности			
9п	Основные группы в торгово-посреднической деятельности – промышленные агенты, торговые агенты.	2		
	Темы для самостоятельного изучения			
11с	Организация экспортно-импортных операций. Сущность экспортно-импортных операций. Принципы развития экспортно-импортных поставок товаров с/х назначения.		3	
12с	Порядок таможенного оформления: таможенные платежи, открытие и закрытие таможенной декларации, проведение идентификационного досмотра, оформление таможенных документов.		3	
13с	Коммерция в условиях рыночной экономики зарубежных стран (США, Япония, Германия). Особенности зарубежных форм торговых предприятий. Стратегические задачи американских коммерческих фирм.		3	
14с	Принципиальные отличия японской модели коммерции.		3	
15с	Коммерческая деятельность в условиях рыночной экономики Германии.		3	
16с	Общая характеристика и основные типы совместных предприятий (СП). Цель и задачи создания СП. Этапы создания СП.		4	
17с	Типы СП, их деятельность. Коммерческие сделки, этапы проведения коммерческих сделок.		4	
18с	Типовые контракты купли-продажи коммерческих контрактов.		4	
19с	Подготовка и содержание типовых коммерческих договоров.		4	
20 с	Подготовка к рубежному и выходному контролю		4	
М2	Рубежный контроль			14
ВК	Выходной контроль (зачет)			16

Раздел 5. Краткая организационно-методическая характеристика дисциплины

Обучение по дисциплине «Коммерческая деятельность предприятий» проводится в форме лекций, практических занятий и самостоятельного изучения материала.

Текущий контроль осуществляется в ходе проведения практических занятий в форме индивидуального устного собеседования. Рубежный контроль проводится после изучения 1-го и 2-го модулей. Максимальный рейтинг за каждый модуль 14 баллов. Рубежный контроль проводится после каждого модуля в форме устного или письменного опроса. За активную работу по изучению дисциплины студенту выставляется творческий рейтинг (максимум 6 баллов).

Раздел 6. Самостоятельная работа

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии АПК устанавливается максимальный объем учебной нагрузки студента 54 часа в неделю, включая все виды его аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы. Объем аудиторных занятий студента при очной форме обучения не должен превышать 27 часов в неделю; следовательно, объем самостоятельной работы должен составлять не более 50 % от общего объема часов по дисциплине. Самостоятельная работа включает в себя следующие виды деятельности: подготовку к практическим занятиям, подготовку к рубежным и выходным контролям, изучение программного материала, не вошедшего в лекционный курс.

Всего на самостоятельную работу отводится 74 часа, из них на подготовку к практическим занятиям 40 часов, рубежным контролям 6, на подготовку к зачету 6 часов, на проработку тем вынесенных на самостоятельное изучение 22 часа.

Для обеспечения мотивации студентов вопросы по темам, внесенным на самостоятельное изучение, используются при проведении рубежных и выходных контролей.

Раздел 7. Система оценки результатов выходного контроля

При изучении дисциплины используется рейтинговая система оценки знаний, умений и навыков студентов. Максимальное количество баллов, которое может получить студент по видам контроля, приведено в таблице 1.

Итоговый рейтинг $R_{СМ}$ за семестр подсчитывается путем перевода учебных баллов в зачетные по формуле:

$$R_{СМ} = n \cdot B_{\text{факт}} / B_{\text{max}},$$

где: n – количество часов аудиторных занятий по учебному плану;

$B_{\text{факт}}$ – максимально возможная сумма учебных баллов;

B_{max} – фактическая сумма баллов, набранная студентом.

Итоговый рейтинг проставляется в зачетную книжку студента и зачётно-экзаменационную ведомость.

Критериями оценки могут служить: глубина усвоения студентом учебного материала, умение применять полученные знания для решения конкретных профессиональных задач, объем полученных знаний. В каждом из этих критериев можно выделить 3 уровня (табл.2).

Если все критерии соответствуют третьему уровню, то студенту выставляется максимальный рейтинг. Если все критерии соответствуют первому уровню – минимальный.

Таблица 2

Критерии	Уровень		
	1-й	2-й	3-й
Глубина усвоения учебного материала	описательное изложение	упрощенное объяснение	объяснение на основе знания общих закономерностей, аналитических расчетов
Умение применять полученные знания	для решения элементарных задач	для выбора оптимального решения	для самостоятельной формулировки задачи и ее оптимального решения
Объем усвоенного материала, % от программы	60...72	73...85	86...100

Раздел 8. Содержание и методика выходного контроля

В качестве выходного контроля предусмотрен зачет в конце 9 семестра. На зачет выносятся учебный материал всего курса. Зачет проводится в форме устного опроса. Студенты, набравшие менее 33 баллов, к зачету не допускаются. Студентам, набравшим более 40 баллов, выставляется дифференцированный зачет без сдачи зачета.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются мультимедийные приложения к лекциям:

- коммерческая работа предприятия по оптовой продаже с/х товаров;
- торговые посреднические звенья в торгово-закупочной деятельности: товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые рынки.

Раздел 10. Рекомендуемая литература

а) основная литература:

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник / М. Н. Григорьев. - 3-е изд., доп. и перераб. - М. : Юрайт, 2011;
2. Маркетинг : учебное пособие / С. И. Горбунов [и др.]. - Саратов : Саратов-Медиа, 2012;

3. Маркетинг : учебное пособие для студ. вузов по спец. 080502 "Экономика и управление на предприятиях АПК"; доп. УМО / Ассоциация "Агрообразование". - М. : КолосС, 2012.
4. Маслова, Т.Д. Маркетинг : учебник / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Питер, 2009;
5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : научное издание / Филип Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - СПб. : Питер, 2012

б) дополнительная литература

1. Абрамова, Г.П. Маркетинг в АПК [Текст] : учебник / Г. П. Абрамова, М. М. Жигалин, Е. И. Семенова. – М., 2000. – 240 с.
2. Алексушин, В. А. Маркетинг: учебник./ В. А Алексушин. – М. : Дашков и К, 2001. – 48 с.
3. Андреева О. Д. Технология бизнеса: маркетинг: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М - НОРМА, 1997. - 224 с.
4. Басовский, Л. Е. Маркетинг: учебник. / Л. Е Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 130 с.
5. Березин, И. С. Маркетинговое исследование рынков: учебник / И.С Березин. – М. : Русская деловая литература, 2000. – 150 с.
6. Березкина, Т. Е. Основы маркетинга: учебник. / Т. Е Березкина. – М. : Высш. Шк., 2006. – 76 с.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление – М.: Гардарика, 2000
8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник 3 – е издание – М: Гардарика, 2002
9. Гавриленко, Н. И. Основы маркетинга: учебник. / Н. И Гавриленко, – М. : Академия, 2007. – 137 с.
10. Гайденко, Т. А. Маркетинговое управление: учебник. / Т. А Гайденко, - М. : ЭКСМО, 2005. – 121 с.
11. Горелова А. Маркетинговое исследование: многоаспектный взгляд // Маркетинг. - 2000. - №6. - с. 19-23.
12. Данько Т.П. Управление маркетингом. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 349с.
13. Дейян А., Анни и Лоик Троядек. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи. - М.: А/О Прогресс, 2003.- 190 с.
14. Дойль П. Маркетинг – менеджмент и стратегии. ПИТЕР, Москва, 2003г
15. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2000.-285 с.
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск: Новое знание, 2001 – 496 с.
17. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках и таблицах. М.: Инфра-М, 2002 – 496 с.

Вопросы входного контроля по дисциплине
«Коммерческая деятельность предприятий»

1. Дайте определение понятия «Рынок предприятия».
2. Дайте определение понятия «спрос» и его графическую интерпретацию.
3. Дайте определение понятия «предложение» и его графическую интерпретацию.
4. Дайте определение понятия «цена рыночного равновесия».
5. Дайте определение понятия «издержки производства».
6. Дайте определение понятия «себестоимость продукции» и методы ее определения.
7. Назовите виды конкуренции и раскройте их сущность.
8. Анализ внешней среды
9. Анализ маркетинговых возможностей
10. Маркетинговый комплекс
11. Внешнее маркетинговое окружение
12. Маркетинг между предприятиями
13. Классификация коммерческих и правительственных рынков
14. Сравнение промышленного и потребительского рынков
15. Поведение покупателей на промышленном рынке
16. Основные факторы для сегментирования потребительских и промышленных рынков
17. Стратегии выбора целевых рынков
18. Товар. Классификация товаров. Товарные единицы, линии, комплексы
19. Услуги. Различия между продуктами и услугами.
20. Разработка маркетинговых каналов. Взаимоотношения в маркетинговых каналах

Вопросы рубежного контроля Модуль 1

1. В чем сущность коммерческой работы предприятия.
2. Классификация типов предприятий, существующих в мировой практике.
3. Виды коммерческих рисков и способы их уменьшений.
4. Основные принципы коммерческой деятельности предприятия.
5. Определение концепции коммерческо-посреднической деятельности, ее основные направления.
6. Изучение рынка сырья и материалов.
7. Анализ рынка с/х продукции. Методы его регулирования.
8. Психология и этика коммерческой деятельности.
9. Коммерческая информация и ее защита.
10. История развития коммерческого предпринимательства в России.
11. Основные компоненты модели товарного рынка.
12. Товар как предмет потребления человеком. Классификация товаров по признаку их использования

Модуль 2

1. Раскрыть порядок и сущность заключения и расторжения коммерческих договоров.
2. Охарактеризовать изучение и прогнозирование покупательского спроса и конъюнктуры торговли.
3. Перечислить основные типы совместных предприятий.
4. Раскрыть содержание коммерческой деятельности на совместных предприятиях.
5. Как осуществляются коммерческие сделки купли-продажи на совместных предприятиях.
6. Перечислить основные этапы коммерческих сделок на совместных предприятиях.
7. Охарактеризовать торговые посреднические звенья в торгово-закупочной деятельности: товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые рынки.
8. Перечислить условия и факторы осуществления коммерческо-посреднической деятельности.
9. Назвать принципы развития оптовой торговли с/х товарами, ее задачи и функции.
10. Перечислить методы розничной продажи с/х товаров.
11. Принципы развития экспортно-импортных операций.
12. Раскрыть порядок таможенного оформления при поставке товаров с/х назначения.

Вопросы выходного контроля по дисциплине
«Коммерческая деятельность»

1. В чем сущность коммерческой работы предприятия.
2. Классификация типов предприятий, существующих в мировой практике.
3. Виды коммерческих рисков и способы их уменьшений.
4. Основные принципы коммерческой деятельности предприятия.
5. Определение концепции коммерческо-посреднической деятельности, ее основные направления.
6. Изучение рынка сырья и материалов.
7. Анализ рынка с/х продукции. Методы его регулирования.
8. Психология и этика коммерческой деятельности.
9. Коммерческая информация и ее защита.
10. История развития коммерческого предпринимательства в России.
11. Основные компоненты модели товарного рынка.
12. Товар как предмет потребления человеком. Классификация товаров по признаку их использования
13. Раскрыть порядок и сущность заключения и расторжения коммерческих договоров.
14. Охарактеризовать изучение и прогнозирование покупательского спроса и конъюнктуры торговли.
15. Перечислить основные типы совместных предприятий.
16. Раскрыть содержание коммерческой деятельности на совместных предприятиях.
17. Как осуществляются коммерческие сделки купли-продажи на совместных предприятиях.
18. Перечислить основные этапы коммерческих сделок на совместных предприятиях.
19. Охарактеризовать торговые посреднические звенья в торгово-закупочной деятельности: товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые рынки.

Вопросы самостоятельной работы

1. Перечислить условия и факторы осуществления коммерческо-посреднической деятельности.
2. Назвать принципы развития оптовой торговли с/х товарами, ее задачи и функции.
3. Перечислить методы розничной продажи с/х товаров.
4. Принципы развития экспортно-импортных операций.
5. Раскрыть порядок таможенного оформления при поставке товаров с/х назначения.
6. Стратегии выбора целевых рынков
7. Товар. Классификация товаров. Товарные единицы, линии, комплексы
8. Услуги. Различия между продуктами и услугами.
9. Разработка маркетинговых каналов. Взаимоотношения в маркетинговых каналах

Учебный график изучения дисциплины

Виды занятий	Всего часов	Неделя																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
		Номера тем лекций и практических занятий																	
		7 семестр																	
		Модуль 1									Модуль 2								
Лекции	28	1	-	2	-	3	-	4	-	5	-	6	-	7	-	8	-	9	-
Практические занятия	28	1	-	2	-	3	-	4	-	5	-	6	-	7	-	8	-	9	-
Рубежный контроль								М1										М2	-
Всего:	56							28										28	