

**Негосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Международный институт экономики и права»
(НОУ МИЭП)**

**Методические указания для проведения практических занятий
по дисциплине «Коммерческая деятельность»**

(для студентов факультета «Экономики и управления»)

Методические указания
составил(и):

к.т.н., доцент каф.
А.С. Артёмов МГМУ.

Методические указания для проведения
практических занятий по дисциплине
«Коммерческая деятельность»

(для студентов ф-та «Экономики и управления»)

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

*Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата)
(приказ Минобрнауки России от 12.01.16г. №7).*

составлены на основании учебного плана:

утвержденного Учёным советом НОУ МИЭП от 30.08.18 протокол № 1.

Методические указания одобрены на заседании кафедры

Менеджмента, государственного и муниципального управления

Протокол от

30 августа 2018 г.

№ 1

Срок действия программы:

2018/19

уч. год

Зав. кафедрой д.э.н., доцент

Н.А. Завалько

Содержание

1. Цель и задачи методических указаний
2. Перечень тем практических занятий
3. Содержание и методика проведения практических занятий
4. Заключение. Освоение компетенций
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение

1. Цель и задачи методических указаний

Методические указания предназначены для выполнения практических работ по направлению обучения по программе 38.03.02 и разработаны в соответствии с содержанием рабочей программы дисциплины. Рекомендации предназначены для оказания помощи обучающимся при выполнении задач, тестовых заданий, усвоении теоретических вопросов по курсу на практических занятиях.

Практическое занятие – это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Готовясь к практическому занятию, обучающийся должен освежить в памяти теоретические сведения, полученные на лекции, самостоятельном изучении. Только это обеспечит высокую эффективность практических учебных занятий.

Преподаватель имеет возможность в личном кабинете наблюдать за работой каждого обучающегося, оказывая ему необходимую методическую и консультационную помощь на практическом занятии.

Практические занятия являются важной формой, способствующей усвоению курса Корпоративная и социальная ответственность. Основные задачи этих занятий сводятся к тому, чтобы научить обучающихся, самостоятельно мыслить, изжить имеющиеся штампы и способствовать расширению общей культуры. В ходе занятий обучающиеся должны научиться применять выработанную методику в практике конкретных исследований, владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

В процессе практических занятий обучающихся выполняют различные виды работы. Практические работы могут носить репродуктивный и поисковый характер.

Работы, носящие репродуктивный характер, отличаются тем, что при их проведении обучающиеся пользуются подробными инструкциями, в которых указаны: цель работы, пояснения порядка выполнения работы, заполнения таблицы.

Работы, носящие поисковый характер, отличаются тем, что при их проведении обучающиеся не пользуются подробными инструкциями, им не

задан порядок выполнения необходимых действий, от обучающихся требуется выбор способов выполнения работы, инструктивной и справочной литературы. Работы, носящие поисковый характер, отличаются тем, что обучающиеся должны решить новую для них проблему, опираясь на имеющиеся у них теоретические знания.

Содержание практических занятий является решением разного рода задач, работа с литературой, справочниками, составление таблиц, схем, и др.

Тематика, содержание и количество часов, отводимое на практические занятия, зафиксировано в рабочей программе дисциплины Корпоративная и социальная ответственность. Состав практических заданий планируется с таким расчетом, чтобы за отведенное время обучающиеся смогли их качественно выполнить.

При проведении практических занятий используются различные формы организации работы обучающихся: фронтальная, групповая, индивидуальная. Каждая из них позволяет решать определенные дидактические задачи: разнообразить работу обучающихся, повысить ответственность каждого студента за самостоятельное выполнение полного объема работ, повысить качество подготовки обучающихся.

Основными этапами практического занятия являются:

1. проверка знаний обучающихся – их теоретической подготовленности к занятию;
2. инструктаж, проводимый преподавателем;
3. выполнение заданий, работ, упражнений, решение задач, тестовых задач;
4. последующий анализ и оценка выполненных работ и степени овладения, обучающихся запланированными компетенциями.

Критерии и показатели, используемые при оценивании выполнения задания:

Знать: основные понятия, цели и принципы коммерческой деятельности; основы заключения коммерческих соглашений, договоров и контрактов; методологический инструментарий реализации управленческих решений в области коммерческой деятельности;

Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать внешнюю и внутреннюю информацию о коммерческой деятельности; разрабатывать и контролировать исполнение коммерческих соглашений, договоров и контрактов; участвовать в планировании и осуществлении контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых коммерческих соглашений, договоров и контрактов

Владеть: навыками анализа информации и работы с нормативными документами для разработки управленческих решений в области коммерческой деятельности; навыками подготовки договоров и контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых коммерческих соглашений, договоров и контрактов; методами разрешения проблемных коммерческих ситуаций, возникающих при реализации управленческих решений в области коммерческой деятельности; навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического

инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Навыками анализа научной литературы по дисциплине.

2. Перечень тем практических занятий

Практическая работа № 1. «Показатели качества товара»

Практическая работа № 2. «Проблемы управления качеством»

Практическая работа № 3. «Коммерческая работа по оптовой купле-продаже товаров и при розничной продаже товаров. Владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ»

Практическая работа № 4. «Договор купли-продажи товаров»

3. Содержание и методика проведения практических занятий:

Практическая работа № 1. «Показатели качества товара»

Если слова «бизнес», «менеджмент», «маркетинг» мы стали употреблять совсем недавно, то слово «коммерция», несмотря на его иностранное происхождение, давно «обрусело». Спокон веку в России были коммерсанты, коммерческие банки, коммерческие директора, коммерческие училища. В действующем ныне Гражданском кодексе Российской Федерации нет иностранных терминов «бизнес», «менеджмент», «маркетинг», но прописаны «коммерческие» и «некоммерческие предприятия», «коммерческие концессии», «коммерческие расчеты».

Началась российская коммерция в незапамятные времена. Истоки ее следует искать в истории экономики нашей страны.

Около трехсот лет назад великий реформатор России царь Петр I Великий основал Коммерц-коллегию. Формально она должна была руководить внешней торговлей и торговым судостроением. Фактически же функции ее были значительно шире: можно сказать, что это было, в современном понимании, министерство экономики.

1. Какую проблему, на Ваш взгляд, пытался решить Петр I возлагая на эту коллегию-министерство заботу обо всем тогдашнем предпринимательском классе - купечестве?

2. Что значат слова Петра I о коммерции для современной России: «Надлежит умножать свои коммерции», ибо «...коммерция великую прибыль принести может»?

О предпринимательском классе: «...чтоб такое сокровище утрачено не было»? Обоснуйте ответ.

В большинстве источников коммерция, в соответствии с буквальным значением этого слова (от лат. «коммерциум» - торговля), рассматривалась как один из элементов торговли, некие правила купли-продажи для торговой организации.

Такая трактовка представлялась, мягко говоря, не очень правильной, сугубо ограниченной. Сегодня широко известно, что бизнес - это не просто «дело», менеджмент не только «руководство», а маркетинг не сводится к работе на «рынке», как можно было бы судить по буквальным значениям этих терминов.

В действительности бизнес, менеджмент, маркетинг - разные грани величественной и чрезвычайно сложной конструкции, которую мы называем «рыночным механизмом». Каждая из этих граней позволяет рассматривать экономические рыночные процессы под определенным углом зрения, высвечивать с разных сторон их непростое содержание.

Бизнес, предпринимательство представляют хозяйственную деятельность предприятия, направленную на удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах и извлечение при этом прибыли; менеджмент занят налаживанием механизма этой целенаправленной деятельности, его регулированием и совершенствованием; маркетинг управляет потребительским спросом.

3. Каковы роль и место коммерции в современной экономической жизни России?

4. Чем отличается коммерческая деятельность от торговли?

5. Почему ведение коммерческой деятельности является реализацией важнейшего права ее участников — права собственности?

Практическая работа № 2. «Проблемы управления качеством»

Точка зрения: «Коммерцию нынче часто отождествляют с маркетингом. Действительно, коммерция, как и маркетинг, нацелена на получение прибыли».

Точка зрения: «...Всюду, где в предпринимательстве необходимы денежные или иные расчеты, обеспечивающие наибольшую возможную законную прибыль, — там место коммерции».

Точка зрения: «Прибыль является конечной целью всей предпринимательской деятельности, бизнеса. И в достижении этой цели как коммерции, так и маркетингу отведены свои, отличные друг от друга, роли. Если маркетинг называют «управлением спросом», то коммерцию можно смело назвать управлением прибылью».

1. Чем понятие «коммерция» отличается от понятия «маркетинг»?

2. Чем отличается доход предприятия от коммерческой прибыли? Приведите пример.

Поскольку главным объектом коммерции является акт купли-продажи, на первый план выступает расчетная, денежная и связанная с ней правовая сторона деятельности предпринимателя и менеджера, и, во всех случаях, - ведение необходимых коммерческих расчетов.

3. Проведите необходимые коммерческие расчеты и примите решение в следующей ситуации:

Торговое предприятие при объеме продаж 500 ед. товара в год получает доход в 4 тыс. уд.ед. Повышение цены на товар привело к сокращению объема продаж на 20%. На сколько при этом уменьшился годовой доход, если принять, что сокращение спроса на товар обратно пропорционально росту его цены?

Практическая работа № 3. «Коммерческая работа по оптовой купле-продаже товаров и при розничной продаже товаров. Владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ»

Маркетинг ориентирован, прежде всего, на запросы покупателей, поэтому он наиболее применим в той среде, где предложение превышает спрос, где без учета потребностей, вкусов, предпочтений потребителей возникает перепроизводство и продукция остается нереализованной.

1. Видите ли Вы смысл в маркетинге и его пользу в современной российской экономике?

2. Попробуйте построить программу маркетинга для обеспечения продажи простейшего товара, например пирожков, булочек и т.д.

Персонал старых предприятий смотрит на покупателей и клиентов как на нечто, отвлекающее их от важных дел.

Если есть клиент, которому необходим товар, и есть фирма, предлагающая данный товар по оптимальной цене, то никакого особенного персонала не требуется.

В этой ситуации фирма практически не зависит от интересов клиента. Такая «стабильность» обманчива и таит в себе стремительные изменения. Так, вчерашний ходовой товар становится ненужным и неинтересным, а клиенты предпочитают приобретать товар у фирмы-конкурента, более чувствительной к их запросам.

Главная проблема, мешающая компаниям сохранять «живой контакт» с клиентом, - наличие бессознательных установок, являющихся частью тоталитарной культуры. Система, где желания, интересы и взгляды «спускались сверху», предлагала клиенту тот товар, который было удобно производить, а не тот, который соответствовал интересам потребителя. Хронический дефицит способствовал формированию жесткой установки по отношению к клиенту: «Бери, что дают». Если зададим сотрудникам вопрос: «Как вы относитесь к клиенту?», то услышим стандартные «правильные» ответы: «Клиент всегда прав», «Мы существуем ради клиента», «Желание клиента -закон». На деле все не так.

3. Как же переориентировать кадры на работу с потребителем? Может быть, прибавить всем зарплату? Или вывесить приказ об обязательности любви к клиенту? Обсудите ваш вариант решения подобных проблем?

4. Зачем фирме нужен какой-то особенно ориентированный персонал?

5. Представьте владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

Практическая работа № 4. «Договор купли-продажи товаров»

Задача сбыта товара во многом не совпадает с задачей проникновения на рынок. Так, например, чтобы войти с товаром на рынок, его цена должна быть по возможности ниже, а чтобы сбыт товара дал максимальную прибыль, наоборот, - выше. Как разрешить такие и

многие другие противоречия рынка?

В основном это определяется организацией сбыта товаров.

Каналом распределения товаров называют путь от производителя товара к его потребителям. На этом пути товар проходит через ряд посредников — фирм или отдельных лиц, передающих товар из рук в руки. Эти посредники, а также производители и покупатели товара называются участниками канала.

Несмотря на то, что посредничество требует значительных средств, оно, в конце концов, оказывается выгодным для фирм-производителей товара. Выгода эта определяется, прежде всего, тем, что фирма-производитель передает товар специализированному предприятию, которое в силу специализации работает более эффективно.

Во-вторых, фирме-производителю нет необходимости вкладывать капитал в посреднические предприятия - - для нее прибыльнее использовать эти деньги в производстве. В конечном счете все решает норма прибыли: если в производстве она выше, чем в торговле, фирма работает через торговых посредников. Многие предприятия (особенно крупные) не хотят превращаться в посреднические фирмы, боясь потерять при этом свое лицо.

1. Предложите схему организации товародвижения из трех производителей и трех клиентов. Если включить в нее фирму посредника, какие будут преимущества и недостатки канала товародвижения ?

2. В чем сущность коммерческой работы по продаже товаров?

3. Проведите необходимые коммерческие расчеты и обоснуйте свой ответ.

Торговая фирма стоит перед выбором размера закупаемых партий товара:

- 1000 ед. товара по цене 80 у.е. за штуку, или
- 2000 ед. по цене 60 у.е. за штуку.

Сколько денег целесообразнее выделить на изучение покупательского спроса, если продажная цена товара равна 100 у.е. за штуку, а непроданный товар может быть реализован лишь по цене меньшей, чем закупочная (вероятность продажи такой партии равна 0,5)?

На каком размере закупочных партий товара следует остановиться, как более прибыльном?

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ЗАНЯТИЙ

Реализация компетенций:

ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

1. Степень завершенности и правильности ответов на задания ПТК: полнота раскрытия вопросов; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с литературой; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.

2. Полнота и целостность выполнения задания, полнота использования

литературных источников по вопросам; анализа учебной литературы по дисциплине «Корпоративная и социальная ответственность» для решения профессиональных задач, анализа научной литературы для решения профессиональных задач.

3. Соблюдение требований к решению задач: – правильное оформление; – грамотность и культура изложения; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы.

Преподаватель анализирует оценочную таблицу. Выставляет и мотивирует итоговые оценки.

1. оценки **«отлично»** заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

2. оценки **«хорошо»** заслуживает студент, обнаруживший полные знания учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

3. оценки **«удовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший знание учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешность в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

4. оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Преподаватель сообщает о достижении целей занятия:

- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального

менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

На основании заключительной беседы с обучающимися преподаватель делает вывод, о том насколько достигнуты цели практического занятия.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ						
Код	Авторы	Заглавие	Назначение	Издательство	Год издания	Количество
Л1.1	Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова	Коммерческая деятельность	учебник / . – 13-е изд.	М. : Дашков и К	2017	ЭБС
Л1.2	Памбухчиянц, О.В.	Основы коммерческой деятельности	учебник / О.В. Памбухчиянц	М. : .Дашков и К	2017	ЭБС
Л1.3	Ларионов И. К.	Предпринимательство	учебник	М.: Дашков и К°	2017	ЭБС
4.1.2 Дополнительная литература						
Л2.1	Памбухчиянц О. В.	Организация коммерческой деятельности	учебник	М.: Дашков и Ко,	2016	ЭБС
Л2.2	Н.И. Денисова.	Коммерческая деятельность предприятий торговли	учеб. пособие для вузов	М.: Магистр	2015	ЭБС
Л2.3	И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, С.В. Земляк, В.В. Синяев	Коммерческая деятельность	учебник для бакалавров : учебник для вузов	М.:Юрайт	2014	ЭБС
Л2.4	Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов	Коммерция	учеб. пособие для вузов	М.: Форум	2013	ЭБС
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»						
	Наименование ресурса			Адрес		
Э1	Министерство экономического развития Российской Федерации			http://economy.gov.ru/minec/main		
Э2	Портал недвижимости Restate.ru			https://www.restate.ru		
Э3	Электронная коммерция в интернете			http://ecommercelaw.ru		
4.3. Перечень информационных и дистанционных образовательных технологий						
4.3.1 Перечень программного обеспечения						
Операционная система Windows 7;						
Интегрированный пакет прикладных программ Microsoft Office 2010 (Access, Excel, Power Point, Word и т.д.).						
4.3.2 Перечень информационных справочных систем						
Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»;						
Справочно-правовая система «Консультант Плюс»;						
Информационно-правовая система Гарант;						

4.3.3 Перечень дистанционных образовательных технологий
--

Система дистанционного обучения «Прометей»;

Система видеоконференцсвязи «Mirapolis Virtual Room»;

Галактика Портал внутренних и внешних коммуникаций учебного заведения (личный кабинет обучающегося/преподавателя в ЭИОС НОУ МИЭП).
