



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

_____ Е.Е.Ломакина
(подпись)

29 августа 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Коммерция

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

1. Цели освоения дисциплины

Целью преподавания курса является обучение студентов теоретическим и практическим основам коммерческой деятельности на потребительском рынке. Объектом исследования служат процессы, происходящие в коммерческом предприятии и в окружающей его внешней среде.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Данная учебная дисциплина включена ОП и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе.

Знать: основы менеджмента и маркетинга, историю и основные теории менеджмента, основы бизнес-процессов

Уметь: кооперироваться с коллегами и работать в коллективе, принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и обладать готовностью нести за них ответственность, принимать решения, в том числе, в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений, участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществлять работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

Иметь навыки: основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов, способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связи с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации, навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами,

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, навыки и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом.

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

маркетинговая деятельность: способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационных проектов (ПК – 2).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы организации коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения; - основные методы оптовых закупок и продаж товаров; процессы планирования и организации коммерческой деятельности на предприятии; - основы правовой и нормативной базы, регулирующей коммерческую деятельность в сфере обращения; - специфику организации коммерческой работы в сфере оптовой, розничной торговли, в предприятиях массового питания и туристско-гостиничного бизнеса;

Иметь практический опыт/Иметь навыки: оценивать рейтинг поставщиков при организации хозяйственных связей с субъектами потребительского рынка; - организовать торгово-технологический процесс на предприятии розничной торговли применять имеющиеся методические подходы к практике организации коммерческой деятельности формировать ассортиментную и ценовую политику на предприятии оптовой и розничной торговли; - анализировать основные показатели эффективности коммерческой деятельности предприятия и выявлять пути их повышения;

Владеть: методами формулирования и реализации стратегий на уровне подразделения коммерции; проведением оценки эффективности функционирования коммерческой службы; методами организации закупочно-сбытовой деятельности для формирования бесперебойной продажи товаров; методами расчета и анализа эффективности проведения коммерческой деятельности.

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1.	Введение в дисциплину Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика	6	4	4	участие в занятиях семинарского типа, подготовка доклада в группе.
2.	Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке	6	2	2	участие в занятиях семинарского типа, эссе
3	Виды торговых операций	6	2	2	участие в занятиях семинарского типа
4	Ассортиментная и ценовая политика	6	2	2	Доклад, участие в занятиях семинарского типа; терминологическая работа



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

5	Правовая и нормативная база	6	2	2	участие в занятиях семинарского типа, подготовка доклада в группе
	ЗАЧЕТ	6			
Итого за семестр:			12	12	
Итого:			12	12	

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика. Цель и задачи коммерческой деятельности. Субъекты коммерческой деятельности: принципы классификации, виды. Объекты коммерческой деятельности: классификация, виды, характеристика. Услуги, как объект коммерции.

Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке. Сущность и содержание системы товародвижения. Прямые закупки товаров у производителей. Взаимодействие продавца и покупателя через коммерческого посредника. Системы вознаграждения посреднической деятельности: линейная, регрессивная, прогрессивная, на базе прибыли. Виды взаимодействия субъектов коммерческой деятельности.

Тема 3. Договорная работа с поставщиками и посредниками. Планирование и организация снабжения и сбыта. Необходимость и значимость процесса планирования материально-технического снабжения в коммерции. Характеристика основных этапов планирования материально-технического снабжения. Этапы разработки и содержание плана закупок. Варианты организации сбытовой деятельности на современном рынке. Виды сбыта, их характеристика, условия применения.

Тема 4. Виды торговых операций. Роль и значение оптовых рынков, как организаторов товарооборота в инфраструктуре рынка. Сущность, организационные формы и особенности аукционной торговли. Значение и принципы организации биржевой торговли. Перспективы развития биржевой торговли в электронном пространстве. Организация выставок и ярмарок. Организация и особенности проведения международных торгов - тендеров. Порядок организации торгов. Тема 7. Розничная торговля: сущность, особенности, управление запасами

Тема 5. Ассортиментная и ценовая политика

Тема 6. Правовая и нормативная база

5. Образовательные технологии

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения, мультимедиа технологии; технологии визуализации (скрайбинг, презентационная графика, виртуальная экскурсия).

Технология проблемного обучения, проектная, рейтинговая, технология развития критического мышления, кейс-технологии, технология учебной дискуссии, игровые технологии и др., используемые при реализации различных видов учебных занятий.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа включает в себя изучение учебной и научной литературы, знакомство с аудио и видео материалами.

Самостоятельная работа по освоению дисциплины является наиболее продуктивной формой образовательной и познавательной деятельности студента в период обучения. Она предусматривает подготовку к практическим занятиям, оценку качества освоения дисциплины и подготовку к промежуточной аттестации.

Подготовка к практическим занятиям и оформление ее в виде презентации позволяет



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

расширить кругозор, ознакомиться со значительным количеством литературы, способствует приобретению студентами навыков самостоятельного творческого решения практических задач, развивает мышление, приобщает будущего специалиста к практической деятельности в рамках выбранного направления подготовки. При обсуждении проблем, вынесенных на практическое занятие, каждый из его участников должен извлечь пользу, приобретая новые знания, или уточняя их. При подведении итогов практического занятия раскрывается теоретическое и практическое значение обсуждаемых вопросов, оцениваются сильные и слабые стороны выступлений групп.

Создание презентации и подготовка доклада требует проработки большого объема специальных источников. Для этого студентам рекомендуется обратиться к полнотекстовым базам данных.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Для проведения текущего контроля используются доклады, письменные работы (эссе). Текущий контроль проводится при изучении ключевых тем дисциплины и/или чтении концептуально значимых трудов.

Оценочные средства и задания для самостоятельной работы приведены в приложении 1 к РП: тематика занятий семинарского типа, темы докладов по разделам дисциплины.

В приложении 1 к РП представлены вопросы к зачету.

Критерии оценивания:

«Зачтено»: выполнено правильно 90- 100 % заданий. Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы.

«Незачтено»: выполнено правильно 60-79 % заданий. Оценка «удовлетворительно » выставляется студенту, если он обладает знаниями только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 500 с.: 60х84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01418-5, 2000 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=317391>
2. Коммерческая деятельность: Учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 384 с.: ил.; 60х90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0498-5 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=254003>
3. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006593-9, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398696>
4. Пигунова, О.В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 255 с.: ил. - ISBN 978-985-06-2318-8. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509252>

б) дополнительная литература

1. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие / Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 480 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0206-8 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=247389>



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

2, Пигунова, О.В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 255 с.: ил. - ISBN 978-985-06-2318-8. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509252>

3. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: Учебное пособие / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 192 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0081-3 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=142602>

10. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»
Полнотекстовые базы данных

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>.

2. ЭБС znanium.com [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>

4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>.

5. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>.

6. Книжный магазин DesignerBOOKS. Режим доступа: <http://www.designerbooks.ru/>.

Интернет-ресурсы

<http://ru.wikipedia.org>

<http://www.ethicscenter.ru> Этика – образовательный ресурсный центр

<http://www.abccba.ru> Этика

<http://delovoi-etiket.ru/> Деловой этикет

<http://maymed.ru/> Интернет-этикет

<http://www.menjournal.ru/karyera/etiket/>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотека Ивановского государственного университета:
<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/elibnew>

2. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека онлайн»
<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka> ЭБС

«Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: демонстрационное оборудование; электронные пособия (презентации, электронные словари), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы), печатные пособия (таблицы, портреты).



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Автор(ы) рабочей программы дисциплины: к.ф.н., доцент Ломакина Е.Е

Программа рассмотрена и утверждена на заседании отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

«29» августа 2024г., протокол № 1

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 1 от «29» августа 2025 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____
(подпись) (И.О.Фамилия)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____
(подпись)