

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки:
38.03.02 Менеджмент

Направленность:
Маркетинг и электронная коммерция, Менеджмент

Квалификация выпускника: бакалавр

**Кострома
2023**

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 970)

Разработал: Творогова Ирина Николаевна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга КГУ

Рецензенты: Гуляева М.К., зав. кафедрой менеджмента и маркетинга КГУ, к.э.н., доцент
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям
ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ___ от _____ 20__ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ___ от _____ 20__ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ___ от _____ 20__ г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний и целостности представления об основах, принципах и методах коммерческой деятельности, приобретение умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность и формирование компетенций, позволяющих выработать способность принимать эффективные решения в сфере коммерции.

Задачи дисциплины:

- освоение содержания коммерческой деятельности и сущности коммерческой системы;
- рассмотрение коммерческих связей, концепции товаров и услуг, циклов бизнеса;
- ознакомление будущих специалистов с организационными формами управления и технологией внутрифирменного планирования коммерческой деятельности;
- изучение теории и практики коммерческой деятельности в сфере производства, оптовой, розничной торговли и инфраструктуре рынка;
- изучение инновационных технологий продаж;
- овладение организационными подходами, методами и правилами организации и управления продажами и сервисом обслуживания потребителей.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ПК-2. Способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос посредством реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами и клиентами, в том числе в цифровой среде.

Код и содержание индикаторов компетенции

ИК.ПК-2.2. Применяет принципы, методы, модели и инструменты маркетинга в построении взаимоотношений с потребителями

ИК.ПК-2.3. Разрабатывает и реализует маркетинговые программы по формированию спроса на продукцию организации

К.ПК-2.5. Организует и поддерживает связи с деловыми партнерами, в том числе в цифровой среде

Знать:

- объекты и субъекты коммерческой деятельности;
- характер и формы воздействия макроэкономической среды на функционирование коммерческих организаций;
- основные бизнес-процессы в коммерческих предприятиях;
- принципы организации операционной (коммерческой) деятельности, основные методы и инструменты управления операционной (коммерческой) деятельности коммерческих предприятий;
- характер и формы воздействия макроэкономической среды на функционирование коммерческих предприятий;
- действующую нормативно-правовую базу, характеризующие предпринимательскую деятельность коммерческих предприятий.

Уметь:

- оптимизировать операционную (коммерческую) деятельность коммерческих предприятий;
- моделировать и оптимизировать бизнес-процессы в коммерческих предприятиях;
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности коммерческих предприятий;

- оценивать формы воздействия макроэкономической среды на функционирование коммерческих организаций.

Владеть:

- основными методами анализа воздействия макроэкономической среды на функционирование коммерческих организаций;

- методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности в коммерческих предприятиях;

- методами принятия рациональных управленческих решений в операционной (коммерческой) деятельности коммерческих предприятий;

- способностью формировать экономические и социальные показатели для формирования новой бизнес-модели коммерческого предприятия.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана. Изучается в 5 семестре (очная форма обучения).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: введение в профессиональную деятельность, менеджмент.

Изучение дисциплины является основой для изучения последующих дисциплин/практик: электронная коммерция, управление продажами, производственная и преддипломная практики, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные занятия	–
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа (в часах)	75,75
ИКР	0,25
Контроль (экзамен)	-
Вид итогового контроля	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные занятия	–
Консультации	-
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	-
Курсовые работы	–
Курсовые проекты	–
Всего	32,25

5.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины (очная форма обучения)

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Коммерческая деятельность в сфере товаров и услуг. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения	14	2	3	-	12
2	Организация операционной деятельности коммерческих предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Планирование снабжения и сбыта. Стимулирование сбыта.	15	3	3	-	12
3	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур	14	2	2	-	12
4	Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров, сервисного обслуживания в	15	3	2	-	12

	предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности					
5	Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятия. Коммерческие инновации	13	2	3	-	12
6	Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности на предприятии. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.	14	4	3	-	15,75
	ИКР	2,35				
	Итого:	108	16	16	-	75,75

5.2. Содержание:

Тема 1. Коммерческая деятельность в сфере товаров и услуг

Сущность коммерческой деятельности. Понятие и виды коммерческой деятельности. Функции и принципы коммерческой деятельности. Методология организации коммерческой деятельности. Инфраструктура коммерции и ее социальная составляющая. Тенденции развития товарообменных процессов на современном этапе. Роль малого и среднего бизнеса в коммерческой деятельности. Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе. Основная классификация хозяйственных организаций. Типология организаций как юридических лиц. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций.

Тема 2. Организация операционной деятельности коммерческих предприятий (коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятия)

Цели, функции и задачи коммерческой службы хозяйственного предприятия. Управление коммерческой деятельностью предприятия как системой: методология, процесс, структура и технология управления. Коммерческие сделки, договоры.

Тема 3. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур

Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле

Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Исследование рынков закупок и сбыта товаров. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее составляющие. Коммерческие связи в оптовой торговле. Формирование процессов товародвижения. Ценообразование в коммерческой деятельности оптового торгового предприятия. Организация работы по безопасности. Оценка и результаты коммерческой деятельности оптового предприятия.

Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле.

Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии. Исследование рынка потребительских товаров. Организация розничной торговой сети. Структура и функции коммерческой деятельности на розничном торговом предприятии. Эффективность коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

Организация и управление коммерческой деятельностью в торгово-посреднических структурах

Организация и управление торгово-посреднической деятельностью в торгово-посреднических структурах. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах

Основные этапы планирования сбыта: определение внешних и внутренних факторов; подбор внешней и внутренней информации; анализ результатов деятельности предприятия и показателей текущего плана; плана сбыта. Составляющие плана сбыта: цели и задачи сбыта, стратегия и техника сбытовой деятельности, организационные меры по ее осуществлению, методы проверки плана сбыта.

Организационная структура и функции отделов снабжения предприятий. Способы организации деятельности аппарата сбыта. Организационные отношения в организационных структурах коммерческой деятельности предприятия и их регламентация.

Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха. Особенности стимулирования сбыта потребительских товаров. Стимулирование и его роль в жизненном цикле товара. Основные цели стимулирования продаж. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор. Роль стимулирования в жизненном цикле товара. Основные цели стимулирования продаж. Выбор форм и методов стимулирования сбыта

Тема 4. Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров, сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности

Сущность планирования и обеспечения предприятия как хозяйствующего субъекта материальными ресурсами. Определение потребности и разработка план закупок материальных ресурсов. Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.

. Особенности формирования ассортимента.

Формирование и развитие производственного ассортимента товаров, технология его планирования в хозяйственном предприятии.

Особенности организации товародвижения и продажи товаров

Каналы распространения и товародвижения на отраслевом рынке: их принципы формирования, элементы, управление затратами. Организация системы сбыта.

Особенности сервисного обслуживания на предприятиях отраслевой направленности

Сервис в системе коммерческо-сбытовой деятельности, основные принципы и задачи организации сервиса на предприятиях различной отраслевой ориентации.

Коммерческое ценообразование.

Тема 5. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятия

Суть и состав коммерческих процессов (бизнес-процессов), осуществляемых предприятиями. Цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделирования коммерческих процессов. Условия построения и реализации модели коммерческой деятельности как объекта управления: законодательство, договора, информационное обеспечение. Роль нововведений в коммерческой деятельности в обновлении основных фондов. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия. Инвестиции в коммерческие инновации.

Тема 6. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности на предприятии

Анализ коммерческой деятельности предприятия на отраслевом рынке

Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.

Бизнес-планирование

Оперативный бизнес-план как основной инструмент внутрифирменного планирования. Система государственного регулирования рыночного хозяйства и стимулирования развития бизнеса.

Основные элементы инфраструктуры рынка.

Инфраструктура рынка: понятие, сущность. Краткая характеристика отдельных элементов инфраструктуры рынка (биржи, банки, консалтинговые, страховые компании, брокерские фирмы и др.).

Формирование инфраструктуры лизингового рынка РФ

Лизинг как форма реализации продукции. Основные понятия лизинга. Лизинговые компании в России. Классификация видов лизинга.

Организация коммерческой деятельности банка

Банки – стимулятор рыночных преобразований в России. Миссия банка и основополагающие цели банка. Изучение рынка банковских услуг. Факторинговые операции коммерческого банка. Роль маркетинга в коммерческой деятельности банка.

Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

Экономическое содержание страхования. Государственное регулирование страхования. Страхование коммерческих рисков.

5.3. Практическая подготовка

5.3.1. Практическая подготовка (очная форма обучения)

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Семестр 5			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.
38.03.02 Менеджмент	Коммерческая деятельность	-	-	-	-	-	-	-

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
ПК-2	-	-	-	-	-	-

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю) (очная форма обучения)

№	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Коммерческая деятельность в сфере товаров и услуг. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения	Подготовка к дискуссии по теме и рефератов Подготовка семинарскому занятию, к деловой игре,	12	Изучить литературу по проблематике	Опрос, кейс, деловая игра, участие в дискуссии
2	Организация операционной деятельности коммерческих предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Планирование снабжения и сбыта. Стимулирование сбыта	Конспектирование, подготовка к семинарскому занятию, к тестированию, написание реферата Подготовка к деловой игре, анализ литературы, написание реферата	12	Изучить литературу по проблематике	Опрос, тестирование, кейс, деловая игра
3	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур	Подготовка к деловой игре, анализ литературы, написание реферата	12	Изучить литературу по проблематике	Деловая игра, опрос, контрольное задание
4	Особенности формирования ассортимента,	Подготовка к деловой игре, анализ литературы, написание реферата	12	Изучить литературу по проблематике	Деловая игра, опрос, контрольное

	организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров, сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности				задание
5	Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятия. Коммерческие инновации	Конспектирование и анализ текста, подготовка к тестированию, индивидуальное задание	12	Изучить литературу по проблематике	Опрос, защита выполненной самостоятельной работы
6	Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности на предприятии. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.	Конспектирование, подготовка к семинарскому занятию, к тестированию, написание реферата	15,75	Изучить литературу по проблематике	Опрос, тестирование, кейс
Итого			75,75		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Тема. Коммерческая деятельность в сфере товаров и услуг. Организационно-правовые формы функционирования предприятий по отраслям и сферам применения

Цель практического занятия – закрепление и систематизация теоретических знаний по основам коммерческой деятельности в сфере товаров и услуг, систематизация

теоретических знаний в области организационно-правовых форм коммерческих предприятий

Заслушивание рефератов по теме.

Дискуссия на тему: Коммерческая деятельность - роль дисциплины в подготовке дипломированного специалиста.

Заполнить таблицу по следующей форме:

Таблица 1

Организационно-правовые формы

№	Организационно-правовые формы	Учредители	Источники образования	Ответственность по обязательствам	Дополнительные сведения
1	2	3	4	5	6
	Индивидуальный предприниматель				
	Общество с ограниченной ответственностью				
				
	Государственные и муниципальные унитарные				
				
	Фонды				
	Ассоциации и союзы				
				

В ходе выполнения работы студент должен:

1) Дать характеристику организационно-правовым формам коммерческих организаций по основным признакам:

- Уставный капитал
- Риск убытков, ответственность по обязательствам
- Распределение прибыли
- Управление, в том числе высший орган

2) Ответить на вопрос: Для каких видов коммерческой деятельности наиболее приемлема каждая из них? Свои рассуждения подтвердить конкретными примерами.

Тема. Организация операционной деятельности коммерческих предприятий. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Цель практического занятия – закрепление и систематизация теоретических знаний по вопросам управления коммерческой деятельностью и организации коммерческих служб

Практические задания

Решение ситуационных задач

Практическое задание по расчету точки (порога) безубыточности

Деловая игра «Создаем торговую сеть г. Н»,

Практическое занятие по расчету точки (порога) безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия

Цель задания. В мировой практике предпринимательства широко используется такой показатель, как «точка (порог) безубыточности продаж». При открытии нового торгового предприятия необходимо определить тот объем товарооборота, при котором достигается безубыточность, т. е. точка (порог) безубыточности продажи товара.

Малое предприятие при открытии магазина и расширении ассортимента товаров должно знать, хотя бы приблизительно, при какой сумме товарооборота достигается безубыточность, т. е. определить точку (порог) безубыточности продажи товаров.

Условия задания. Торговое предприятие планирует увеличение суммы прибыли и снижение затрат после получения ссуды в течение первых трех лет в следующих размерах:

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Прибыль, тыс. руб.	220	290	380
Уровень издержек обращения, %	21,2	20,6	20,2

Предусматривается сохранение среднего уровня валового дохода (т.е. отношения суммы торговых надбавок к сумме товарооборота в процентах) в размере 27%. Доля постоянных издержек обращения предусматривается 40% и переменных — соответственно, 60%.

Методические указания к выполнению задания. При подготовке к коммерческой деятельности крайне важно определить тот момент, когда предприятие начинает работать прибыльно.

В предприятии рассчитывается необходимый объем реализации (товарооборот), который обеспечит запланированный оптимальный размер прибыли и рентабельность продажи товаров по следующей формуле:

$$T + (п/р) \times 100\%,$$

где Т — объем товарооборота, тыс. руб.;

П — размер прибыли, тыс. руб.;

Р — рентабельность (отношение прибыли к товарообороту), %.

При условии сохранения среднего уровня валового дохода товарооборота в размере 27,0 % рентабельность (как разница между уровнем валовых доходов и уровнем издержек обращения, т. е. $P = \text{УВД} - \text{УИО}$) составит:

1-й год — (27,0% - 21,2%);

2-й год — (27,0% - 20,6 %);

3-й год — (27,0% - 20,0 %).

Исходя из установленных, целевых показателей прибыли и рентабельности коммерческой деятельности необходимо определить объем продажи товаров (товарооборот) в первом, втором, третьем году. Дать характеристику динамики товарооборота и прибыли за три года.

Точка (порог) безубыточности (ТБ) рассчитывается по формуле:

$$ТБ = (\text{Ио пост.} / \text{УВД} - \text{УИД пер.}) \times 100,$$

где ИОпост. - сумма постоянных издержек обращения, тыс. руб.;

УИОпер.. - уровень переменных издержек обращения, %;

УВД — уровень валового дохода, %.

Абсолютная величина постоянных издержек обращения (ИОпост) в первом году составит _____ тыс. руб.

Подставляя прогнозируемые величины в вышеуказанную формулу, рассчитать абсолютный показатель точки безубыточности продаж в первом, втором и третьем году.

Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Задания:

1. Разработать для коммерческого предприятия комплекс мероприятий, направленных на защиту коммерческой тайны

. Модель стратегии голубого океана

Модель стратегии голубого океана это стратегия развития и расширения нового рынка, на котором отсутствует конкуренция или конкуренция не нужна.

Существует шесть основных принципов успешной реализации стратегии голубого океана.

1. **Восстановите границы рынка:** Бизнесу необходимо перестроить рыночные границы, чтобы вырваться из конкуренции и сформировать голубые океаны.
2. **Сосредоточьтесь на общей картине, а не на цифрах:** Компании должны сосредоточиться на общей картине при планировании своей стратегии. Не увязайте в деталях.
3. **Выйдите за рамки существующих требований:** Вместо того, чтобы сосредотачиваться на существующих продуктах или услугах, им нужно определить тех, кто не является клиентами или потенциальными клиентами.
4. **Получите правильную стратегическую последовательность:** Предприятиям необходимо создать ценностное предложение, которое отличает их, и настроить внутренние процессы, системы и людей.
5. **Преодолеть организационные препятствия.** Для успешной реализации стратегии голубого океана бизнесу потребуется поддержка всех уровней организации и эффективное информирование о стратегии.
6. **Исполнение стратегии.** Компании реализуют стратегию, сводя к минимуму операционные риски и предотвращая саботаж изнутри.

Пример стратегического плана:

Давайте продолжим считать, что вы владелец бизнеса по производству органического мыла.

1. **Восстановите границы рынка:** Ваш бизнес может определить новое рыночное пространство, создав линию мыла, предназначенную только для чувствительной кожи.
2. **Сосредоточьтесь на общей картине, а не на цифрах:** Вместо того, чтобы просто сосредоточиться на прибыли, ваш бизнес может создавать ценность для клиентов, делая упор на натуральные и органические ингредиенты в мыльных продуктах.
3. **Выйдите за рамки существующих требований:** Вы можете воспользоваться новым спросом, выявляя неклиентов, например людей с чувствительной кожей. Затем создайте для них веские причины использовать ваш продукт.
4. **Получите правильную стратегическую последовательность:** Ваш бизнес может создать ценностное предложение, которое отличает его от конкурентов, в данном случае с использованием натуральных и органических ингредиентов. Затем настройте свои внутренние процессы, системы и людей, чтобы выполнить это обещание.
5. **Преодолеть организационные препятствия:** Для успешной реализации этой стратегии ваш бизнес нуждается в поддержке этого нового продукта со стороны заинтересованных сторон на всех уровнях.
6. **Исполнение стратегии:** Ваш бизнес может создавать показатели производительности и со временем корректировать стратегию, чтобы убедиться, что они работают эффективно.

Восстановите границы рынка:	
Сосредоточьтесь на общей картине, а не на цифрах:	
Выйдите за рамки существующих	

требований:	
Получите правильную стратегическую последовательность:	
Преодолеть организационные препятствия.	
Исполнение стратегии.	

Задание для исследовательской работы.

1. Разбейтесь на группы и проведите исследование методом экспертный опрос по состоянию конкуренции в отрасли (на выбор) в настоящее время и прогноз конкуренции в будущем.
2. Занесите результаты опроса в таблицу. Определите веса и средневзвешенную оценку.

Факторы конкуренции	Экспертная оценка Степень (сила) влияния					Вес значимости фактора	Средневзвешенная оценка	Прогноз изменения					Вес значимости фактора	Средневзвешенная оценка
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
1. Привлекательность рынка														
2. Изменение платежеспособного спроса														
3. Степень однородности товаров														
4. Стандартность или различие сервиса по														
5. Затраты покупателя на переключение с одного производителя на														
6. Барьеры ухода с рынка														
7. Барьеры проникновения на рынок														

3. Занесите на шкалы полученные координаты.
4. Сделайте выводы и разработайте рекомендации по созданию и сохранению конкурентных преимуществ компании.
5. Оформите результаты исследования в виде презентации.

Тема. Выбор рыночной стратегии в условиях риска.

Что делать мебельщикам?

Совет директоров мебельной фабрики готовит к собранию акционеров проект будущей стратегии и стоит перед следующим выбором:

- производить в будущем дорогую роскошную мебель;
- специализироваться на офисной мебели среднего качества;
- выпускать дешевую бытовую мебель невысокого качества.

В перспективе возможны следующие сценарии развития окружающей среды, вероятность осуществления которых оценена руководством фирмы с привлечением экспертов-специалистов следующим образом:

- рост покупательной способности населения и иностранной конкуренции (сценарий «С-1»), вероятность наступления — 0,5;
- неизменная покупательная способность и конкурентная ситуация (сценарий «С-2»), вероятность наступления— 0,3;
- снижение покупательной способности вследствие роста инфляции при неизменной конкуренции (сценарий «С-3»), вероятность наступления — 0,2.

По каждому из сценариев маркетологи и экономисты предприятия просчитали прибыльность каждой стратегии. Прогнозируемые размеры прибыли оказались таковы (см. таблицу).

Прогнозы экономических результатов реализации стратегий

Сценарий-вероятность	С-1, 0,5	С-2 0,3	С-3 0,2
Стратегия			
Роскошная бытовая мебель	80	65	40
Офисная мебель	70	90	35
Дешевая бытовая мебель	50	60	80

По критерию суммы прогнозируемой прибыли возможны различные подходы к ее оценке:

- определение (для каждого варианта стратегического выбора типа товара) суммы математических ожиданий прибыли с учетом вероятности сценариев;
- максимизация минимальной прибыли;
- минимизация разочарования;

- субъективное взвешивание пессимистического и оптимистического вариантов.

Вопросы и задания

1. Рассчитайте конкретные варианты оценки риска для мебельной фабрики по каждому из методов. Выберите соответствующие им наилучшие стратегии.
2. Какая стратегия не может быть выбрана ни при каком варианте расчета риска и почему?

Пояснения к заданию

Расчет суммы математических ожиданий прибыли с учетом вероятности сценариев

Отдельно для каждой стратегии определяется сумма математических ожиданий прибыли — произведений величины прибыли при осуществлении каждого сценария на его вероятность. Выбирается стратегия, сумма математических ожиданий прибыли для которой является максимальной.

Максимизация минимальной прибыли

Из показателей прибыли по каждому из вариантов стратегии выбираются самые низкие. Приоритет получает стратегия, обещающая наибольшую из прогнозируемых наименьших (гарантированных) величин прибыли.

Минимизация разочарования (правило «минимакс-риск»)

Чтобы реализовать этот подход, необходимо сопоставить отдельно по каждому сценарию величины максимального разочарования при реализации прогнозов, наиболее неприятных для каждой стратегии, в сравнении с наилучшими по каждому из сценариев. Затем выбирается стратегия, при любом варианте сценария дающая наименьшее разочарование.

Метод субъективного взвешивания установок на оптимизм и пессимизм (правило «оптимизм-пессимизм»)

Данное правило учитывает только крайние значения величины возможной прибыли по каждой стратегии (строке).

Предварительно эксперт (предприниматель), рассчитывающий риск, вводит показатель оптимизма — субъективную психологическую величину, характеризующую готовность конкретного предпринимателя идти на риск и устанавливаемую в пределах от 0 до 1. Причем если предприниматель установил для себя значение показателя оптимизма равным 0,3, то тем самым определен и показатель пессимизма, равный 0,7 (сумма показателей оптимизма и пессимизма должна быть равна единице). Затем по каждой стратегии (строке) максимально возможное значение показателя прибыли умножается на показатель оптимизма, а минимальное — на показатель пессимизма, и оба произведения суммируются. Выбирается стратегия, набравшая наибольшую сумму.

Тема. Задание

Объектом исследования может быть любая российская организация из любой сферы деятельности.

Необходимо определить и описать: общую характеристику организации, основные технико-экономические показатели деятельности за последние 5 лет, товары (услуги), которые производят (торгует, оказывает), стратегическую группу конкурентов; выявить прямых, косвенных, товарных и неявных конкурентов исследуемой организации.; выделить характерные черты, принимаемые для сравнения и построения конкурентного профиля организации; построить конкурентный профиль организации (в качестве объекта сравнения принять основного конкурента)

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная:

Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 400 с. : табл., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02531-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375809>**Панкратов, Ф. Г.**

Коммерческая деятельность : учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Ф. Г. Панкратов. - 9-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К", 2006. - 504 с. - Рекомендовано МО РФ. - ISBN 5-91131-008-2 : 199.49.

Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с. : табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590>

Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Торговое дело" / Никулина Н.Н., Эриашвили Н.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 319 с.: 60x91/16 ISBN 978-5-238-02319-9; [Электронный ресурс] <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=884227>

б) дополнительная:

Ильин, Андрей Алексеевич. Коммерческая деятельность : Метод. пособие спец. 080111; 080401 / Ильин Андрей Алексеевич, Л. Ю. Ильина. - Кострома : КГТУ, 2010. - 39 с. - б.ц.

Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006593-9, 500 экз. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398696>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»

3. ЭБС «Znanium»

Официальные сайты (Интернет-источники):

1. <http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).
2. <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей.
3. www.government.ru – Официальный сайт Правительства Российской Федерации.

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Адрес, корпус	Аудитория	Оснащенность
Аудиторные занятия		
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	5	Компьютерный класс на 22 посадочных места с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	6	Компьютерный класс на 16 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	7	Компьютерный класс на 10 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	9	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	10	Потоковая аудитория на 160 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	11	Аудитория на 30 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	12	Аудитория на 32 посадочных места, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	13	Аудитория на 60 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	14	Аудитория на 26 посадочных мест, оснащена мультимедиапроектором, экраном, доской, имеется свободный доступ WiFi
Ул. 1 Мая 14а,	16	Компьютерный класс на 20 посадочных мест с выходом в

корпус В1		Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Самостоятельная работа		
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 201	Читальный зал корпуса «Б1»	200 посадочных мест; 3 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 копир/принтер; 1 проектор; 2 экрана для проектора; 1 ворота «Антивор»; 1 WIFI-точка доступа.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1», ауд. 202	Электронны й читальный зал	25 посадочных мест; 29 компьютеров (25 для читателей, 4 для сотрудников); 4 принтера (3 монохромные, 1 полноцветный); 1 плоттер; 2 сканера; 1 МФУ; 1 LCD TV
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «А1», ауд. 3- 207	Читальный зал редкой книги	50 посадочных мест; 1 компьютер для сотрудников; 1 сканер; 1 принтер; 1 LCD TV; свободный доступ WIFI
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1», ауд. 305	Читальный зал СБО	20 посадочных мест; 2 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 МФУ