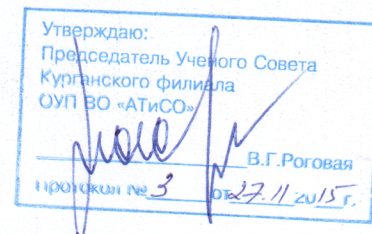


Образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»
Курганский филиал

Кафедра «Финансы и кредит»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Организация коммерческой деятельности в сфере сервиса

Направление подготовки : 43.03.01 «Сервис»

Форма обучения: Заочная

Цикл дисциплин: Б1.В.ОД.11

Трудоемкость дисциплины (з.е./ ч.) 3 / 108

Вид учебной работы	Часы	2 курс					
		3					
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	10	10					
Лекции	4	4					
Лабораторные работы	-	-					
Практические занятия:	6	6					
Из них: текущий контроль (тестирование, коллоквиум) (ТК)							
% интерактивных форм обучения от аудиторных занятий по дисциплине	30	30					
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	94	94					
Курсовая работа: (КР)							
Курсовой проект: (КП)							
Контрольная работа							
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен):	Зачет 4ч.	Зачет 4ч.					
Общая трудоемкость дисциплины	108/ 3	108/3					

СВЕДЕНИЯ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Рабочая программа утверждена на 2015/ 2016 учебный год со следующими изменениями:

Программа переработана в
связи с принятым УПС МО
ИЗООЗОП, Сербия

Протокол заседания кафедры № 6 от « 14 » августа 2016 г.
Заведующий кафедрой

Терентьева И.И. / [Signature] /

Рабочая программа утверждена на 2016/ 2017 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена
и утверждена на 2016-2017 учебный год
в связи с принятым списком
рекомендуемой литературы

Протокол заседания кафедры № 1 от « 01 » сентября 2016 г.
Заведующий кафедрой

Терентьева И.И. / [Signature] /

Рабочая программа утверждена на 20__ / 20__ учебный год со следующими изменениями:

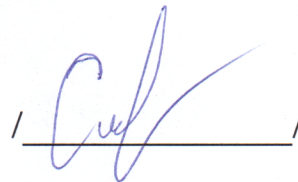
Протокол заседания кафедры № _____ от « _____ » _____ 20__ г.
Заведующий кафедрой

_____ / _____ /

Рабочая программа составлена:

- с учётом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению «Сервис».
- на основании учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

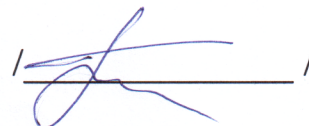
Рабочую программу разработал:
Слабош Татьяна Сергеевна



Программа утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и управление персоналом»

Протокол № 6 от « 14 » января 2016 г.

Заведующий кафедрой
Терентьева Г.И.



Рабочую программу разработал:
Слабош Татьяна Сергеевна

Программа утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и управление персоналом»

Протокол № 6 от « 14 » января 2016 г.

Заведующий кафедрой
Терентьева Г.И.

1 Место дисциплины в структуре ООП ВО: Б1.В.ОД.11

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности в сфере сервиса» является вариативной частью цикла Б1 по подготовке бакалавров по направлению «Сервис».

Взаимодействие с другими дисциплинами: «Маркетинг в сервисе», «Менеджмент в сервисе», «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», «Основы предпринимательской деятельности в сервисе», «Основы логистики и управление цепями поставок», «Сервисная деятельность», «Сервисология», «Сервис в торговле», «Управление рисками в сервисной деятельности», «Экономика и предпринимательство в сфере сервиса».

2 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачами освоения дисциплины являются:

-изучение теоретических основ коммерческой деятельности в сфере сервиса: понятия коммерция и коммерческая деятельность; сходства и отличия коммерческой и предпринимательской деятельности; структура коммерческой деятельности; субъекты и объекты КД.

-ознакомление с КД как системой и ее основными элементами.

-изучение модели современного товарного рынка.

-изучение коммерческой службы сервисного предприятия: структура и особенности коммерческих служб сервисных предприятий; товарные запасы и их классификация. Возможные виды расчетов. Коммерческие сделки и их виды.

-рассмотрение и подробное изучение структурных подразделений коммерческой службы.

-ознакомление с особенностями логистических и маркетинговых служб сервисных предприятий.

- ознакомление с методикой заполнения различных коммерческих документов.

- изучение и анализ коммерческих рисков, их функции и классификация; выявление возможных путей их снижения.

- ознакомление с понятиями торговая и бренд; изучение НПБ и типов товарных знаков в РФ.

- рассмотрение и анализ составляющих брендинга. Ребрендинг: рестайлинг и репозиционирование.

- ознакомление с понятиями коммерческая информация и тайна; нормативно-правовой базой коммерческой информации в РФ; оценка и анализ современных способов защиты коммерческой информации.

3 Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на изучение следующих компетенций:

ОК-3, ОК-4, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-12.

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3);

способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);

готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3);

готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1);

готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);

готовностью к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-5);

готовностью к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6);

готовностью к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов (ПК-12).

4 Образовательные результаты освоения дисциплины, соответствующие определенным компетенциям

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

Индекс компетенции (ОК, ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ОК-3	Знать основы культуры мышления
ОК-4	Знать научные основы управленческой деятельности
ОПК-3	Знать основы и особенности технологии процесса сервиса, виды ресурсов
ПК-1	Знать специфику и виды «контактной зоны» в сфере сервиса
ПК-2	Знать понятия рынок, спрос, предложение, конъюнктура; модель современного товарного рынка, классификацию рынков.
ПК-5	Знать особенности инновационных процессов в сфере сервиса.
ПК-6	Знать особенности технологического процесса сервиса
ПК-12	Знать показатели качества сервисных услуг и методы контроля процесса сервиса

2) Уметь:

Индекс компетенции (ОК, ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ОК-3	Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить свою речь
ОК-4	Уметь осуществлять руководящую деятельность, оказывать помощь отдельным сотрудникам или подчиненным
ОПК-3	Уметь обосновать и разработать технологию процесса сервиса,

	выбрать необходимые ресурсы и технические средства для его реализации
ПК-1	Уметь эффективно взаимодействовать с потребителем в «контактной зоне»
ПК-2	Уметь планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителя с учетом социальной политики государства
ПК-5	Уметь применять инновационные направления в различных сферах сервиса
ПК-6	Уметь организовать технологический процесс сервиса
ПК-12	Уметь осуществлять сквозной контроль качества, изучать параметры технологических процессов

3) Владеть:

Индекс компетенции (ОК, ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ОК-3	Владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу и систематизации информации, постановке целей и выбору путей их достижения
ОК-4	Владеть способностью к руководящей деятельности и умением оказывать помощь подчиненным
ОПК-3	Владеть навыками выбора необходимых ресурсов и технических средств для реализации процесса сервиса
ПК-1	Владеть способами организации «контактной зоны» в рамках коммерческого сервисного предприятия
ПК-2	Владеть навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности в зависимости от специфики функционирования предприятия
ПК-5	Владеть способностью разработки и применения инновационных коммерческих проектов в сервисе
ПК-6	Владеть способностью к организации технологического процесса сервиса
ПК-12	Владеть навыками осуществления сквозного контроля качества процесса сервиса, эффективного использования материальных ресурсов в сервисной деятельности

5 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины и формируемых в них профессиональных и общекультурных компетенций

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов	Компетенции								общее количество компетенций
			Общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК), профессиональные (ПК)								
			ОК-3	ОК-4	ОПК-3	ПК-1	ПК-2	ПК-5	ПК-6	ПК-12	
Т1	Теоретические основы коммерческой деятельности в сфере сервиса		+	+	+	+	+		+		0,48
Т2	Коммерческая деятельность как система		+	+					+		0,49
Т3	Коммерческая служба сервисного предприятия		+	+	+	+			+	+	0,55
Т4	Коммерческие риски в сервисной деятельности		+	+	+	+	+		+		0,49
Т5	Торговая марка и бренд		+	+					+		0,5
Т6	Коммерческая информация. Коммерческая тайна.		+	+	+	+			+		0,49
Итого:		108									3

6 Тематическое планирование

Тематический план по дисциплине «Организация коммерческой деятельности в сфере сервиса»

№ раздела, темы	Содержание разделов, тем	лекции	практические занятия	самостоятельная работа
Т 1	Теоретические основы коммерческой	0,5	1	16

	деятельности в сфере сервиса			
T2	Коммерческая деятельность как система	0,5	1	16
T3	Коммерческая служба сервисного предприятия	1	1	18
T4	Коммерческие риски в сервисной деятельности	0,5	1	16
T5	Торговая марка и бренд	1	1	16
T6	Коммерческая информация. Коммерческая тайна	0,5	1	16
	Итого	4	6	98

6.1 Содержание лекционных занятий

Тема 1. Теоретические основы коммерческой деятельности в сфере сервиса.

Понятие коммерции и коммерческой деятельности на современном этапе. Предпринимательская и коммерческая деятельность, сходства и отличия. Структура коммерческой деятельности. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.

Тема 2. Коммерческая деятельность как система.

Основные элементы системы коммерческой деятельности. Модель товарного рынка, ее основные элементы. Классификация рынков.

Тема 3. Коммерческая служба сервисного предприятия

Структура коммерческой службы предприятия. Особенности коммерческих служб сервисных предприятий. Задачи и функции коммерческой службы. Понятие товарных запасов. Классификация запасов. Отдел логистики как структурное подразделение коммерческой службы предприятия. Основные направления деятельности логистических служб

сервисных предприятий. Внутренняя и внешняя логистика. Классификация логистических операций. Коммерческие сделки. Виды сделок. Отдел маркетинга, особенности его функционирования на базе сервисного предприятия.

Тема 4. Коммерческие риски в сервисной деятельности.

Понятие риска. Коммерческие риски, их функции. Классификация коммерческих рисков. Пути снижения коммерческих рисков.

Тема 5. Торговая марка и бренд.

Понятия товарный знак и торговая марка. Правила регистрации товарного знака. Нормативно-правовая база товарных знаков в РФ. Типы товарных знаков. Понятие бренда, его составляющие (лояльность, ассоциации, осведомленность). Психологическая, функциональная и визуальная ассоциации в бренде. 4 этапа осведомленности о бренде. Торговая марка и бренд, сходства и отличия. Ребрендинг: рестайлинг и репозиционирование.

Тема 6. Коммерческая информация. Коммерческая тайна.

Понятие коммерческая информация, ее основные составляющие. Виды коммерческой информации. Коммерческая тайна. Нормативно-правовая база коммерческой тайны в РФ. Промышленный и информационный шпионаж. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации». Современные способы и методы защиты коммерческой информации.

6.2 Содержание практических занятий

Цель проведения практических занятий (семинаров) – закрепление отдельных аспектов проблемы в дополнение к лекционному материалу, обучение студентов грамотно и аргументировано излагать свои мысли.

Практическая № 1.

Методика заполнения коммерческих документов предприятия. Составление коммерческого предложения (на конкретных примерах).

Практическая № 2.

Методика заполнения коммерческих документов. Разработка договора поставки (на примере конкретного предприятия). Товарная накладная. Счет-фактура. Спецификация.

Практическая № 3.

Применение бренда на примере конкретного предприятия сферы сервиса. Анализ составляющих брендинга (лояльность, ассоциации и осведомленность) на конкретных примерах. Примеры ребрендинга на предприятиях сферы сервиса. Обсуждение-диспут.

Практическая № 4.

Семинар на темы: «Торговля как вид предпринимательской деятельности», «Оптовая и розничная торговля», «Основные и дополнительные услуги в торговле», «Поведение потребителя в процессе продажи товаров и услуг» «Современные способы защиты коммерческой информации. Промышленный и информационный шпионаж» и др. Обсуждение-диспут.

Практическая № 5.

Виды расчетов в процессе осуществления коммерческой деятельности в сфере сервиса.

Практическая № 6.

Выявление коммерческих рисков на примере конкретного сервисного предприятия или направления сервисной деятельности. Разработка мероприятий по их минимизации.

6.3 Содержание самостоятельной работы студентов

Шифр СРС	Виды самостоятельной работы студентов (СРС)	Наименование и содержание	Трудоемкость, часы	Виды контроля СРС
	Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса и не вошедших в	Тема 1. Подготовка к семинарскому занятию в соответствии с представленной тематикой рефератов	12	защита рефератов обсуждение-диспут
		Тема 2. Изучение модели	8	Контроль

лекционный курс дисциплины	современного товарного рынка, ее основных элементов. Ознакомление с классификацией рынков.		ный опрос по теме
	Тема 3. Изучение показателей эффективности деятельности коммерческих служб сервисных предприятий. Ознакомление с методикой заполнения и оформления основных коммерческих документов.	12	Проверка на занятии.
	Тема 4. Изучение классификации коммерческих рисков. Заполнение таблицы «Коммерческие риски и пути их снижения» на примере конкретного сервисного предприятия или направления сервисной деятельности.	8	Опрос по таблице. Обсуждение в группе
	Тема 5. Изучение видов потребительской лояльности и других составляющих бренда.	12	Опрос на практическом занятии. Обсуждение в группе.
	Тема 5. Ознакомление с Правилами регистрации и НПБ товарных знаков в РФ.	12	Обсуждение на занятии.
	Тема 6. Ознакомление с нормативно-правовой базой коммерческой тайны. Изучение основных разделов ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации»	12	Обсуждение в группе
	Тема 7. Изучение примеров промышленного и информационного шпионажа в сервисной деятельности.	10	Обсуждение-диспут в группе.
	Тема 3. Подготовка к семинарскому занятию «Торговля как вид предпринимательской деятельности. Оптовая и розничная торговля. Основные и	12	Защита рефератов. Обсуждение-

	дополнительные услуги в торговле».		диспут
	Итого	98	

7. Фонд оценочных средств

7.1 Оценочные средства

7.1.1 Темы рефератов

1 Торговля как вид предпринимательской и направление сервисной деятельности. Сферы применения коммерческой деятельности.

1 Особенности организации коммерческой деятельности на предприятиях сферы сервиса.

2 Сервисное обслуживание как одна из сфер коммерческой деятельности.

3 Рынок как сфера коммерческой деятельности, основные виды и классификация рынков.

5 Товары и услуги как объекты коммерческой деятельности. Потребности населения в товарах и услугах.

6 Этика и психология в коммерческой деятельности.

7 Личностные и профессиональные требования коммерческого работника.

8 Организация расчетов в коммерческой деятельности.

9 Факторинговые операции.

10 Оптовые ярмарки, выставки-продажи и их роль в современных условиях.

11 Оптовая и розничная торговля в коммерческой деятельности.

12 Розничная торговля как сфера коммерческой деятельности. Организация электронной торговли.

13 Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах).

14 Развитие лизинга и франчайзинга в России.

15 Основные и дополнительные услуги в торговле. Российский и зарубежный опыт.

- 16 Виды коммерческих сделок в сервисной деятельности.
- 17 Качество оказываемых услуг и управление им.
- 18 Поведение потребителей в процессе продажи товаров и оказания услуг.
- 19 Ценообразующие факторы и формирование цен на товары и услуги в процессе коммерческой деятельности.

7.2 Контрольные оценочные средства

Вопросы к зачету по дисциплине «Организация коммерческой деятельности в сфере сервиса»

1. Понятия коммерция и коммерческая деятельность, их сущность.
2. Коммерческая и предпринимательская деятельность, сходства и отличия.
3. Объекты и субъекты коммерческой деятельности.
4. Рынок как сфера коммерческой деятельности.
5. Сервисное обслуживание как одна из форм коммерческой деятельности.
6. Классификация рынков. Признаки современного рынка.
7. Модель современного товарного рынка.
8. Основные элементы в модели современного товарного рынка: потребность, спрос, предложение, продукт, цена, сделка, обмен.
9. Емкость рынка. Конъюнктура рынка.
10. Структура коммерческой деятельности. Взаимодействие КД с внешней средой.
11. Коммерческая служба предприятия, ее структура.
12. Задачи, функции и основные направления деятельности коммерческих служб предприятий.
13. Структурные подразделения коммерческих служб сервисных предприятий.
14. Отделок закупок как одно из структурных подразделений коммерческой службы предприятия.
15. Понятие товарных запасов. Классификация запасов.
16. Отдел материально-технического обеспечения (МТО).
17. Логистика как понятие. Цели и задачи логистики.
18. Внутренняя и внешняя логистика.
19. Виды логистических функций и операций. Алгоритм осуществления логистической операции.
20. Материальные и информационные потоки в логистике.
21. Логистическая система в организации коммерческой деятельности.

22. Эффективность логистической системы.
23. Логистические службы сервисных предприятий, их специфика.
24. Отдел маркетинга как одно из структурных подразделений коммерческой службы сервисного предприятия.
25. Коммерческие сделки, их виды.
26. Организация расчетов в процессе осуществления коммерческой деятельности.
27. Основные коммерческие документы, методика их заполнения.
28. Коммерческие риски в сервисной деятельности, их функции.
29. Классификация коммерческих рисков. Пути снижения коммерческих рисков.
30. Товарный знак и торговая марка. Типы товарных знаков.
31. Правила регистрации товарного знака. Нормативно-правовая база товарных знаков в РФ.
32. Понятие бренда. Торговая марка и бренд, сходства и отличия.
33. Составляющие бренда: лояльность, ассоциации, осведомленность.
34. Виды потребительской лояльности.
35. 4 этапа осведомленности в бренде.
36. Ребрендинг: рестайлинг и репозиционирование.
37. Коммерческая информация, ее основные составляющие.
38. Виды коммерческой информации: деловая и техническая.
39. Коммерческая тайна.
40. Современные способы защиты коммерческой информации.
41. Промышленный и информационный шпионаж.
42. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации».

8 Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков студентов при реализации различных видов учебной работы предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, таких как компьютерные технологии, разбор конкретных ситуаций.

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Активные и интерактивные методы и формы обучения	Трудоемкость, часы (кол-во часов по разделу (теме) отводимое на занятия в интерактивной форме)
Г2	Коммерческая деятельность как	Лекция-диспут.	1

	система. Модель современного товарного рынка.		
Т 5	Торговая марка и бренд.	Обсуждение-диспут в ходе проведения лекционного и практического занятий по данной теме.	1
Т 6	Коммерческая информация. Коммерческая тайна.	Обсуждение-диспут в ходе проведения лекционного и практического занятий по данной теме.	1
			3
Интерактивных занятий от объема аудиторных занятий %			30%

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

9.1 Основная литература:

1 Ефимова С.А., Плотников А.П. «Коммерческая служба предприятия». Издательско-торговая корпорация: «Дашков и К». М., 2012 г. – 272 с.

2 Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. «Коммерческая деятельность». Учебник. М., Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012 г. – 500 с.

3 Половцева Ф.П. «Коммерческая деятельность». Учебник. М., Инфра-М, 2012 г. – 248 с.

9.2 Дополнительная литература:

I Нормативно-правовые источники

4 Конституция Российской Федерации

5 Гражданский кодекс Российской Федерации

6 Правила продажи отдельных видов товаров. Постановление Правительства РФ № 55 от 19.01.1998 г.

7 ФЗ «О защите прав потребителей» № 2300-1(в последней редакции от 21.12.2013 г. № 363-ФЗ).

8 ФЗ» Об информации, информационных технологиях и защите информации» № 149 от 27.07.2006 г. (в последней редакции от 21.07.2014 г.).

9 ФЗ «О рекламе» № 38 от 13.07.2006 г. (в последней редакции 21.07.2014 г.)

1.

II Дополнительная научно-методическая литература:

10 Алексунин В.А. «Маркетинг в отраслях и сферах». Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009 г. -716 с.

12 Белов Г.В. Информационные технологии предпринимательства: учеб. пособие. - М.: ИКЦ "Академкнига", 2008г

13Бусыгин А.В. Предпринимательство. - М.: Дело2009.

14Бутова Т.В. Предпринимательство: пособие для подготовки к экзамену. - М.: ЮРКНИГА, 2008.

15 Виноградова М.В., Панина З.И. «Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса» Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012 г. – 448 с.

16 Грибов В.Д., Леонов А.А. «Экономика предприятия сферы сервиса». Учебное пособие. – М.: Кнорус, 2011 г. – 280 с.

17 Гукова О.Н. «Предпринимательство в сфере сервиса». Учебное пособие. – М.: Форум, 2011 г. – 176 с.

18 Кара А.Н., Спиридонова Е.Е., Воронин Н.А.. Экономика сферы обслуживания. Учебное пособие. Издательский центр «Академия». 2010 г. - 320 с.

19 Лукьянчик И.Н., Ульяновская О.А. «Человек и его потребности». Учебник для студентов направлений «Сервис», «Туризм». М.: Издательский центр «Академия», 2012 г.

20 Мхитарян С.В. «Отраслевой маркетинг» М.: Эксмо, 2006 г.- 368 с.

21 Романович Ж.А., Калачев С.Л. «Сервисная деятельность». Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков И К», 2012 г.

22 Руденко Л.Л. «Сервисная деятельность». Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация: «Дашков и К». 2012 г.

23 Удальцова М.А., Наумова Е.В. «Сервисология. Человек и его потребности». Учебное пособие. М. 2011 г.

24 Филипп Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Учебник. М.: Юнити. 1998 г. – 787 с.

25 Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, Паблик Рилейшинз, Брендинг. Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014 г. -324 с.

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- мультимедийные средства;
- компьютеры;
- электронная библиотека.