

# «КОММУНИКАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

## Б1.В.ОД.1

Дисциплина «Коммуникации в коммерческой деятельности» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

### 1. Цели и задачи дисциплины

*Цель* изучения дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности» состоит в формировании у обучающихся комплексного представления о теоретических и практических навыках организации коммерческой деятельности современных организаций, исследовании влияния факторов «внешнего» окружения, определении места и роли рекламы в коммерческой деятельности, основанной на применении методов научного анализа, развитие логического мышления, формирования исследовательского мировоззрения и развитие склонности к творчеству.

Основные *задачи* дисциплины являются:

- изучение сущности и содержания коммерческой работы в сфере современных коммуникаций; процесса организации коммуникационных связей с поставщиками и потребителями товаров, основ электронной коммерции;
- исследование форм коммерческой деятельности коммуникационных систем;
- определение основных подходов к организации коммуникационной работе по закупке и продаже товаров;
- знакомство с системой правового регулирования коммерческой и коммуникационной деятельности;
- применение в ходе решения практических заданий организационных формы различных видов торговли (ярмарочная, биржевая, аукционная);
- формирование навыков применения коммерческой информации корпоративных и организационных коммуникаций с учетом особенности ее защиты в разных странах;

### 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

«Коммуникации в коммерческой деятельности» одна из дисциплин комплекса учебных программ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в направлении обучения основам современного бизнеса. Изучение дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности» неотрывно связано с такими дисциплинами как: «Основы экономических знаний», «Политология», «Социология», «Основы маркетинга», «Основы рекламы», «Основы брендинга», «Коммуникационный менеджмент», «Основы теории коммуникации», «Регулирование в рекламе и связях с обще-

ственностью», «Реклама и связи с общественностью в международной компании», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью». Знание предмета данных дисциплин дает возможность наиболее углубленного изучения курса «Коммуникации в коммерческой деятельности».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности»**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Коммуникации в коммерческой деятельности», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

**ОПК-1** - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

**ПК-12** - способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основы коммерческо-организационной и коммуникационной деятельности: особенности выбора товаров и формирование товарного ассортимента, подбор покупателей и поставщиков, планирование и организация процессов закупки и продаж товаров, организация коммерческих взаиморасчетов, организация товародвижения и создание системы стимулирования сбыта, управление товарными запасами;

**Уметь:** использовать приемы и методы научно-исследовательской деятельности: проводить исследование и анализ товарных рынков, исследование ассортимента и конкурентоспособности товаров, исследование и моделирование бизнес-технологий, анализ и оценку эффективности коммерческой деятельности, исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности с целью ее оптимизации;

**Владеть:** основами проектно-аналитической деятельности: проектирование информационного обеспечения коммерческой деятельности, прогнозирование конъюнктуры товарных рынков, прогнозирование и проектирование номенклатуры товаров, прогнозирование и разработка стратегии коммерческой деятельности предприятия на товарном рынке, проектирование процессов продвижения и реализация товаров на рынке, прогнозирование результатов коммерческой деятельности предприятия.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.