
Гуманитарно-экономический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор ОЧУ ВО
«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
_____ А.Л. Лебедев
« » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Наименование дисциплины

Подготовки **бакалавров** по
направлению

42.03.01

_____ шифр направления

Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: Очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
интегрированных коммуникаций

Наименование кафедры

Протокол № 10 от «03» июня 2022 года

Программа утверждена Ученым советом Университета.

Протокол № ЕУ- 6/22 от «29» июня 2022 года.

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет».

Автор – Касевич Т.В., старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций ОЧУ ВО «Еврейский университет».

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности» составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью дисциплины является овладение обучающимися системой методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли от реализации товаров. Для достижения коммерческого успеха предприятий, функционирующих на внутреннем и внешнем рынках, обучающиеся должны иметь профессиональную подготовку для решения коммерческих задач и привлечения потенциальных покупателей с целью увеличения доли рынка.

Эту цель предполагается достичь при решении следующих **основных задач**:

- изучение основ коммерческой деятельности применительно к внутренней и внешней торговле;
- разработка методологии исследования товарных рынков в коммерческой деятельности;
- освоение технологии проведения коммерческих переговоров, заключения коммерческих сделок и контрактов купли-продажи, их исполнения во внутренней и внешней торговле;
- выявление особенностей организации и техники проведения коммерческих операций предприятиями в оптовой, розничной торговле, торгово-посредническом звене, на внутреннем и внешнем рынках;
- ознакомление государственным и международным регулированием коммерческой и предпринимательской деятельности;
- применение на практике сведений о взаимосвязях процессов развития общественной экономики и предпринимательства, объективно оценивать современные результаты предпринимательской деятельности;
- нацеливание на развитие предпринимательского мышления и практическую реализацию полученных знаний.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Коммуникации в коммерческой деятельности» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Знания и навыки по дисциплине «Коммуникации в коммерческой деятельности» способствуют развитию необходимых для современного человека и профессионала качественных коммуникативных компетенций.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Введение в профессию»; «Организация работы отделов рекламы и связи с общественностью», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Освоение дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности» позволит обучающемуся осуществлять трудовые действия в соответствии с профессиональным стандартом 06.013.Специалист по информационным ресурсам, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014г. №629:

- Формирование запросов для получения недостающей информации
- Регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных
- Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок
- Написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)
- Поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
- Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний
- Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации
- Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации
- Фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации

- Обработка результатов аналитической деятельности
- Сбор дополнительных материалов
- Подготовка итоговой отчетности

Процесс изучения дисциплины «Коммуникации в коммерческой деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Категория компетенции	Коды компетенции, ПС и ТФ (при наличии)	Формулировка компетенции	Индикаторы компетенции	Дескрипторы индикаторов
Универсальные компетенции	УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений	УК-2.2. Способен формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения, анализировать гражданскую и мировоззренческую позицию людей, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности.	УК-2.2.1 Знать: основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия в коммерческой деятельности. УК-2.2.2 Уметь: анализировать, оценивать и разрабатывать стратегию коммерческой деятельности организации. УК-2.2.3 Владеть: аналитическими методами оценки эффективности коммерческой,

				деятельности.
Профессиональные компетенции	ПК-3.	Способен принимать участие в управлении организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, оперативный контроль рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью.	ПК-3.1. Способен анализировать процессы коммуникации в организации и выявлять области их улучшения.	ПК-3.1.1 Знать: процесс формирования хозяйственных связей и управления коммерческой деятельностью предприятия. ПК-3.1.2 Уметь: управлять ассортиментом товаров и системой торгового обслуживания покупателей в торговом предприятии; прогнозировать результаты бизнес-процессов и оценивать эффективность коммерческой деятельности. ПК-3.1.3 Владеть: инновационными методами, средствами и технологиями организации коммерческих процессов.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

4.1. Структура дисциплины

4.1.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		3 семестр	
		72 час.	
Аудиторные занятия (всего)	36	36	
Занятия лекционного типа	18	18	
Занятия семинарского типа (практич.,семин., лаборат. и др.)	18	18	
Самостоятельная работа (всего)	36	36	
Вид промежуточной аттестации (Зачет)		зачет	

4.1.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		4 семестр	
		72 час.	
Аудиторные занятия (всего)	8	8	
Занятия лекционного типа	4	4	
Занятия семинарского типа (практич.,семин., лаборат. и др.)	4	4	
Самостоятельная работа (всего)	60	60	
Вид промежуточной аттестации (Зачет)	4	4, зачет	

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1. Учебно-тематический план дисциплины для очной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
				Лекции (всего/интеракт.)	Практич. занятия (всего/интеракт.)	
1	2	3	4	5	6	7
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности	8	4	2	2	4

2	Субъекты коммерческой деятельности	8	4	2	2	4
3	Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг	8	4	2	2	4
4	Коммерческие сделки	8	4	2	2	4
5	Контракты купли-продажи	8	4	2	2	4
6	Организация и техника операций на товарных биржах, аукционах, торгах, ярмарках	8	4	2	2	4
7	Особенности коммерческой деятельности на различных рынках	8	4	2	2	4
8	Государственное и международное регулирование коммерческой и предпринимательской деятельности	8	4	2	2	4
9	Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы.	8	4	2	2	4
	Зачет					
	ИТОГО:	72	36	18	18	36

4.2.2. Учебно-тематический план дисциплины для заочной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу / теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
				Лекции (всего/интеракт.)	Практич. занятия (всего/интеракт.)	
1	2	3	4	5	6	7
1	Сущность и содержание коммерческой деятельности	7	0.9	0.4	0.4	7
2	Субъекты коммерческой деятельности	8	0.9	0.4	0.4	6
3	Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг	8	0.9	0.5	0.5	7

4	Коммерческие сделки	7	0.9	0.4	0.4	6
5	Контракты купли-продажи	7	0.9	0.5	0.5	7
6	Организация и техника операций на товарных биржах, аукционах, торгах, ярмарках	8	0.9	0.5	0.5	7
7	Особенности коммерческой деятельности на различных рынках	8	0.9	0.4	0.4	7
8	Государственное и международное регулирование коммерческой и предпринимательской деятельности	8	0.9	0.5	0.5	7
9	Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы.	7	0.8	0.4	0.4	6
	Зачет	4				
	ИТОГО:	72	8	4	4	60

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности.

Понятие коммерческой деятельности как категории рыночной экономики. Цели, задачи и содержание коммерческой деятельности.

Тема 2. Субъекты коммерческой деятельности.

Субъекты коммерческой деятельности — коммерческие организации (предприятия), их классификация по виду хозяйственной деятельности, характеру совершаемых операций, количественным параметрам, правовому положению, форме собственности, принадлежности капитала. Объединения коммерческих организаций в форме ассоциаций и союзов, виды и роль в коммерческом предпринимательстве.

Тема 3. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.

Исследование товарных рынков и торговой зоны. Изучение спроса потребителей и методы его прогнозирования. Потребительская оценка товаров на рынке. Моделирование товарного ассортимента и ассортиментной политики предприятия. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже. Методы ценообразования. Выбор товаров и формирование ассортимента. Методические подходы к выбору товаров при их закупке. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Управление

товарной номенклатурой и ее количественная оценка. Определение объемов закупок и продаж товаров: методы, их сущность и технология расчетов. Проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи товаров. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи. Коммерческие взаиморасчеты: способы и формы расчетов, их влияние на коммерческую устойчивость предприятия. Закупка и поставка товаров. Технология закупки и поставки.

Тема 4. Коммерческие сделки.

Коммерческие сделки на рынке товаров и услуг как объекты коммерческой деятельности. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений. Этапы проведения коммерческой сделки и их содержание: поиск и выбор деловых партнеров (продавца, покупателя), проведение переговоров и согласование условий договора, его заключение и исполнение.

Тема 5. Контракты купли-продажи.

Виды договоров купли-продажи, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг. Содержание коммерческих условий, предусмотренных договорами купли-продажи. Влияние договоров и коммерческих условий на уровень показателей коммерческой деятельности предприятия.

Тема 6. Организация и техника операций на товарных биржах, аукционах, торгах, ярмарках.

Организация биржевой торговли. Товарная биржа и ее функции. Виды и цели биржевых сделок. Техника проведения биржевых операций. Организация торговли товарами на аукционах и торгах. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования. Понятие и значение торгов, их виды и условия проведения, организаторы и участники торгов. Понятие ярмарок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок. Виды заключаемых сделок. Значение ярмарок в осуществлении коммерческой работы предприятий.

Тема 7. Особенности коммерческой деятельности на различных рынках

Организация и эффективность оптовых закупок на рынке оптовой торговли. Организация розничной продажи и торгового обслуживания на предприятиях рынка розничной торговли. Развитие фирменной торговли.

Тема 8. Государственное и международное регулирование коммерческой и предпринимательской деятельности.

Правовая и нормативная база государственного регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности. Государственное регулирование в торговле. Лицензирование предпринимательской деятельности, ее государственное регулирование и поддержка. Сертификация продукции услуг. Экспертиза и гигиеническая оценка товаров. Регистрация и аттестация продукции и услуг. Правила торговли. Товарооборот, цены и тарифы. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания. Ввоз и вывоз товаров. Ставка налога и импортная пошлина. Денежные расчеты при осуществлении торговых операций.

Тема 9. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы.

Подход фирм к организации рекламы. Особенности работы рекламных агентств и их возможные цели деятельности. Процесс разработки рекламной программы, основные причины выбора тех или иных рекламных средств и услуг рекламы фирм.

Практические (семинарские) занятия.

Примерные темы семинарских занятий

1. Что означает термин «паблик рилейшнз»?
2. Когда и кем впервые был употреблён этот термин?
3. Что является основным содержанием концепции ПР?
4. Назовите основные виды и направления деятельности ПР.
5. Охарактеризуйте задачи и функции ПР.
6. Объясните взаимосвязь и взаимовлияние рекламы и ПР на деятельность производителя товара.
7. Дайте характеристику основных блоков информ системы.
8. Объясните влияние ПР на коэффициент качества обслуживания потребителя.
9. Предполагает ли ПР использование лжи и манипуляции общественным мнением.
10. Какова главная задача ПР в России?
11. Каковы перспективы развития ПР в России?

5. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

5.1 Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций.

Преподавателю, для проверки сформированности у обучающихся компетенций по дисциплине, предоставляется право выбирать разноуровневые задания по своему усмотрению.

Уровень сформированности компетенций			
Недостаточный Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Пороговый Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Продвинутый Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	Высокий Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: -существенные пробелы в знаниях учебного материала; -допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках	Обучающийся демонстрирует: -знания теоретического материала; -неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; -неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; -недостаточное владение литературой, рекомендованной	Обучающийся демонстрирует: -знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; -твердые знания теоретического материала; -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; -правильные и	Обучающийся демонстрирует: -глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; -полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; -способность устанавливать и объяснять связь

заданий билета; -отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; -отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности.	программой дисциплины; -умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы; -умение решать практические задания, которые следует выполнить; -владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; -наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы	практики и теории; -логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; -умение решать практические задания; -свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»

5.2. Индикаторы достижения компетенций на различных этапах их формирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия в сфере коммерции; особенности организации коммерческой деятельности предприятий внутренней и внешней торговли; методы исследования рынка и коммерческой деятельности.

Уметь: управлять ассортиментом товаров и системой торгового обслуживания покупателей в торговом предприятии; прогнозировать результаты бизнес-процессов и оценивать эффективность коммерческой

деятельности; анализировать, оценивать и разрабатывать стратегию коммерческой деятельности организации; создавать привлекательный «образ» предприятия и реализуемых товаров.

Владеть: аналитическими методами оценки эффективности коммерческой деятельности; методами и средствами изучения конъюнктуры товарного рынка; предупреждения коммерческих рисков; способами выбора каналов распределения, поставщиков и торговых посредников.

Индикаторы достижения компетенций на различных этапах и уровнях их формирования.

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
<p>УК-2.2. Способен формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения, анализировать гражданскую и мировоззренческую позицию людей, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности.</p>	Пороговый	<p>Знает (на уровне минимальных требований): основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия в коммерческой деятельности.</p> <p>Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении): анализировать, оценивать и разрабатывать стратегию коммерческой деятельности организации.</p> <p>Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): аналитическими методами оценки эффективности коммерческой деятельности.</p>	Удовлетворительно (зачтено)
	Продвинутый	<p>Знать (на должном уровне): основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия в коммерческой деятельности.</p> <p>Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога): анализировать, оценивать и разрабатывать стратегию коммерческой деятельности организации.</p> <p>Владеет (применяя отдельные необходимые навыки): аналитическими методами оценки эффективности коммерческой деятельности.</p>	Хорошо (зачтено)
	Высокий	Знать (в полной мере): основы	Отлично

		<p>коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия в коммерческой деятельности.</p> <p>Уметь (самостоятельно): анализировать, оценивать и разрабатывать стратегию коммерческой деятельности организации.</p> <p>Владеть (совершенно свободно): аналитическими методами оценки эффективности коммерческой, деятельности.</p>	(зачтено)
<p>ПК-3. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, оперативный контроль рекламной деятельности, деятельности по связям с общественностью.</p>			
<p>ПК-3.1. Способен анализировать процессы коммуникации в организации и выявлять области их улучшения.</p>	Пороговый	<p>Знает (на уровне минимальных требований): процесс формирования хозяйственных связей и управления коммерческой деятельностью предприятия.</p> <p>Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении): управлять ассортиментом товаров и системой торгового обслуживания покупателей в торговом предприятии; прогнозировать результаты бизнес-процессов и оценивать эффективность коммерческой деятельности.</p> <p>Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): инновационными методами, средствами и технологиями организации коммерческих процессов.</p>	Удовлетворительно (зачтено)
	Продвинутый	<p>Знать (на должном уровне): процесс формирования хозяйственных связей и управления коммерческой деятельностью предприятия.</p> <p>Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога): управлять ассортиментом товаров и системой торгового обслуживания покупателей в торговом предприятии; прогнозировать результаты бизнес-</p>	Хорошо (зачтено)

		<p>процессов и оценивать эффективность коммерческой деятельности.</p> <p>Владеет (применяя отдельные необходимые навыки): инновационными методами, средствами и технологиями организации коммерческих процессов.</p>	
	Высокий	<p>Знать (в полной мере): процесс формирования хозяйственных связей и управления коммерческой деятельностью предприятия.</p> <p>Уметь (самостоятельно): управлять ассортиментом товаров и системой торгового обслуживания покупателей в торговом предприятии; прогнозировать результаты бизнес-процессов и оценивать эффективность коммерческой деятельности.</p> <p>Владеть (совершенно свободно): инновационными методами, средствами и технологиями организации коммерческих процессов.</p>	Отлично (зачтено)

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: технологию бизнес-планирования и осуществления коммерческой сделки; процесс формирования хозяйственных связей и управления коммерческой деятельностью предприятия; порядок государственного регулирования и регламентации хозяйственной деятельности предприятия в сфере внутренней и международной торговли.

Уметь: организовывать рекламу, которая способствует успешной коммерческой деятельности и росту имиджа предприятия на рынке; проводить коммерческие переговоры, заключать договора контракты; управлять процессами закупки, реализации и продвижения товаров через торговую сеть; осуществлять выход предприятия на внешний рынок.

Владеть: навыками информационного и документационного обеспечения коммерческой деятельности организации; методами научного исследования коммерческой деятельности; инновационными методами, средствами и технологиями организации коммерческих процессов; навыками управления бизнес-процессами.

5.3 Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования индикаторов достижения компетенций по данной дисциплине.

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Определение коммерческой деятельности как категории рыночной экономики.
2. Структура коммерческой деятельности во взаимодействии с внешней средой.
3. Субъекты коммерческой деятельности - коммерческие организации (предприятия), их особенности.
4. Содержание исследования рынка товаров и торговой зоны.
5. Изучение спроса потребителей и методы его прогнозирования.
6. Товарный знак и его использование в целях рекламы.
7. Основные виды торгово-промышленных выставок и ярмарок.
8. Потребительская оценка товаров на рынке.
9. Моделирование товарного ассортимента и ассортиментной политики предприятия.
10. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров. Методы ценообразования.
11. Классификация субъектов коммерческой деятельности по виду хозяйственной деятельности и характеру проведения операций на рынке.
12. Методические подходы к выбору товаров при их закупке и сбыте.
13. Факторы, влияющие на процесс формирования ассортимента. Управление товарной номенклатурой и ее количественная оценка.
14. Определение объемов закупок и продаж товаров: методы, их сущность и технология расчетов.
15. Проведение коммерческих переговоров и заключение договоров купли-продажи товаров.

16. Коммерческие взаиморасчеты: способы и формы расчетов, их влияние на коммерческую устойчивость предприятия.
17. Технология закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
18. Формирование и планирование товарных запасов.
19. Оптимальные объемы запасов и наличности, методы их определения.
20. Управление товарными запасами и скоростью товарооборота.
21. Организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров.
22. Принципы и формы товародвижения, каналы распределения и их выбор.
23. Классификация методов продажи, их технология и эффективность.
24. Сервисное обслуживание. Виды услуг, их сущность и отличительные особенности. Классификация и сертификация услуг. Управление качеством услуг.
25. Этапы проведения коммерческой сделки и их содержание: поиск и выбор деловых партнеров (продавца, покупателя), согласование условий договора, порядок заключения и исполнения.
26. Виды договоров купли-продажи, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг.
27. Содержание коммерческих условий, предусмотренных договорами купли-продажи.
28. Функции банков в коммерческой деятельности предприятий. Основные критерии выбора банка для коммерческих предприятий.
29. Формирование кредитных ресурсов и их структуры коммерческими предприятиями.
30. Роль банков в организации электронной торговли.
31. Организация биржевой торговли. Товарная биржа и ее функции. Виды и цели биржевых сделок. Техника проведения биржевых операций.
32. Организация торговли товарами на аукционах и торгах.
33. Понятие ярмарок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок. Виды заключаемых сделок.
34. Особенности коммерческой деятельности на различных рынках.

35. Развитие фирменной торговли и анализ основных элементов фирменного стиля.
36. Правовая и нормативная база государственного регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности.
37. Правила торговли на внутреннем и зарубежном рынках потребительских товаров.
38. Товарооборот, цены и тарифы в торговле.
39. Ввоз и вывоз товаров. Ставка налога и импортная пошлина.
40. Денежные расчеты при осуществлении торговых операций.
41. Эффективность коммерческой деятельности предприятия на внешнем рынке.
42. Этапы выхода предприятия на внешний рынок.
43. Внешнеторговый контракт и его содержание.
44. Базисные условия поставки товаров и перемещение их через границу.
45. Методы определения цены экспортных и импортных товаров.
46. Особенности ценообразования на мировом рынке.
47. Торговые посредники и их роль во внешнеэкономической деятельности.
48. Основные мировые биржи и аукционы.
49. Торговая реклама - ее основные цели, содержание и особенности.
50. Основные средства рекламы, используемые в коммерческой деятельности.

Примерный тест по курсу «Коммуникации в коммерческой деятельности»

1-ый уровень сложности:

1. Понятие "коммерческая деятельность" означает:

- а). торговлю
- б). любую деятельность, приносящую доход

в). торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли и удовлетворения покупательского спроса

г). предпринимательство

2. К коммерческим процессам относят:

а). погрузку и разгрузку товаров

б). хранение товаров

в). изучение и прогнозирование спроса

г). подсортировку товаров

3. Рынок предметов потребления включает:

а). рынки продовольственных товаров

б). рынки материальных ресурсов

в). рынки сырья и полуфабрикатов

г). рынки технологического оборудования

4. К объектам коммерческой деятельности относят:

а). потребительские товары

б). производителей

в). потребителей

г). участников коммерческой деятельности

5. Независимый предприниматель, осуществляющий профессиональные торговые операции, состоящие в приобретении за свой счет у различных продавцов оптом товаров, пользующихся массовым спросом для последующей перепродажи, это:

а). агент

б). дилер

в). брокер

г). дистрибьютор

6. Для изучения и оценки реализованного спроса используют:

а). анкетные опросы покупателей

- б). экспертные оценки
- в). данные о фактических продажах
- г). книги регистрации неудовлетворенного спроса

7. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в условиях рыночной экономики:

- а). основные условия поставок
- б). особые условия поставок
- в). положения о поставках товаров производственного назначения и народного потребления
- г). Гражданский кодекс Российской Федерации

8. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:

- а). направления стороной оферты
- б). рассмотрения оферты
- в). получения стороной, направившей оферту ее акцепта
- г). оформления договора в письменной форме

9. Одним из элементов коммерческой работы по оптовым закупкам товаров выступает:

- а). изучение и прогнозирование покупательского спроса населения
- б). выбор форм и методов продажи товаров
- в). организация и проведение рекламных мероприятий
- г). выбор каналов сбыта товаров

10. К методам оптовой продажи товаров со склада относят:

- а). продажу товаров через прилавок обслуживания
- б). продажу товаров путем самообслуживания
- в). продажу путем личной отборки товаров
- г). продажу товаров с открытой выкладкой и свободным доступом

11. Организационно-оформленный регулярный рынок, на котором совершается торговля ценными бумагами, валютой или оптовая торговля по стандартам и образцам, это:

- а). биржа
- б). аукцион
- в). оптовый продовольственный рынок
- г). оптовая ярмарка

12. Операции хеджирования в биржевой торговле означают:

- а). операции, позволяющие страховать от неблагоприятного изменения цен
- б). операции, позволяющие получить разницу между ценой контракта в момент его заключения и исполнения
- в). операции, предполагающие котирование цен
- г). операции, позволяющие осуществить расчеты между брокером и клиентом

13. Договор между владельцем товара и аукционом, в котором фиксируются все условия аукционной продажи, это:

- а). аукционная ведомость
- б). аукционное соглашение
- в). аукционный каталог
- г). аукционная заявка

14. Набор товаров, состоящий из небольшого количества групп товаров, удовлетворяющих ограниченное число потребностей, это:

- а). сложный ассортимент
- б). простой ассортимент
- в). видовой ассортимент
- г). групповой ассортимент

15. Инструментом регулирования ассортимента товаров в магазине является:

- а). ассортиментный перечень

- б). книга учета неудовлетворенного спроса
- в). счет-фактура
- г). анкетный лист

2-ой уровень сложности:

1. Метод продажи товаров в магазине, не предусматривающий возможность для покупателей самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные на рабочем месте продавца товары, это:

- а). продажа на основе самообслуживания
- б). продажа через прилавок обслуживания
- в). продажа с открытой выкладкой
- г). продажа по заказам

2. К неценовым средствам стимулирования продажи товаров в магазинах относят:

- а). продажа товаров в кредит
- б). продажа товаров с зачетом сумм за возвращенные устаревшие товары
- в). лотереи
- г). эффективная выкладка

3. Многократно сфальцованное рекламное издание, выпускаемое небольшим тиражом и рассчитанное на кратковременное пользование, это:

- а). листовка
- б). плакат
- в). буклет
- г). проспект

4. Таможенный режим, при котором, товары, находящиеся в свободном обращении на таможенной территории Российской Федерации, вывозятся с этой территории без обязательства об обратном ввозе, это:

- а). импорт
- б). реимпорт
- в). экспорт
- г). реэкспорт

5. Методы регулирования коммерческой деятельности, предусматривающие привлечение коммерческих предприятий к участию в реализации социально-значимых программ, обеспечивая при этом данным предприятиям финансовую поддержку, это:

- а). правовые методы
- б). экономические методы
- в). финансово-экономические методы
- г). социальные методы

6. В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а). нет отличий
- б). предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность
- в). коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства
- г). коммерция представляет собой вид производственного предпринимательства

7. К факторам внешней среды, влияющим на развитие коммерческой деятельности предприятий, относят:

- а). правовую базу коммерческой деятельности
- б). финансовые ресурсы предприятия
- в). кадровые ресурсы предприятия
- г). товарно-материальные ценности предприятия

8. Совокупность средств и предметов труда, используемых в процессе производства материальных благ, представлена на рынке:

- а). предметов потребления
- б). средств производства

- в). услуг
- г). технологий

9. К субъектам коммерческой деятельности относят:

- а). потребительские товары
- б). средства производства
- в). участников коммерческой деятельности
- г). материально-технические базы коммерции

10. Коммерческая организация, в которой вкладчик несет ответственность только в пределах своего вклада, это:

- а. общество с ограниченной ответственностью
- б. общество с дополнительной ответственностью
- в. акционерное общество
- г. полное товарищество

11. Метод прогнозирования спроса, основанный на переносе закономерностей и тенденций прошлого на будущее, это:

- а). экстраполяция
- б). нормативные расчеты
- в). аналогия
- г).экономико-математическое моделирование

12. Прямые хозяйственные связи, это:

- а). связи через посредников
- б). связи без участия посредников
- в). связи через товарную биржу
- г). связи между производителем и конечным покупателем продукции в магазине

13. Спецификация к договорам купли-продажи составляется в случаях:

- а). во всех случаях
- б). для установления качества товаров

- в). при поставках товаров сложного ассортимента
- г). при поставках товаров простого ассортимента

14. Основная цель ярмарочной торговли:

- а). заключение договоров между поставщиком и покупателем
- б). демонстрация товаров
- в). награждение участников, присуждение дипломов и медалей
- г). получение прибыли

15. Одним из элементов коммерческой работы по оптовой продаже товаров выступает:

- а). выбор источников поступления и поставщиков товаров
- б). организация хозяйственных связей с покупателями товаров
- в). определение потребности в товарах
- г). выбор форм закупок товаров

16. Оптовый рынок, где происходит оптовая торговля товарами по образцам или стандартам, а также контрактами на их поставку, это:

- а). фондовая биржа
- б). валютная биржа
- в). товарная биржа
- г). биржа труда

17. Биржевые сделки, предусматривающие обязательную передачу товара после проведения торгов, это:

- а). купля-продажа реального товара
- б). купля-продажа стандартных контрактов
- в). купля-продажа прав на будущую куплю или продажу по установленной цене товаров
- г). купля-продажа прав на будущую куплю или продажу по установленной цене контрактов на поставку товаров

18. Объектами аукционных торгов не являются

- а). предметы личного потребления массового спроса

- б). предметы личного потребления, не имеющие аналогов
- в). селекционные сорта зерновых
- г). недвижимость

3-ий уровень сложности:

1. Что можно отнести к внутренней предпринимательской среде?

- 1. Наличие природных ресурсов и факторов производства.
- 2. Инфраструктуру и систему коммуникаций.
- 3. Организационно-правовую форму предприятия.
- 4. Уровень конкуренции.

2. Какое предприятие можно назвать казенным?

- 1. Унитарное предприятие на праве хозяйственного ведения.
- 2. Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления.
- 3. Коммерческое частное предприятие.

3. Какой документ является основанием для исчисления стажа работы наемного работника у индивидуального предпринимателя?

- 1. Трудовая книжка.
- 2. Письменный трудовой договор.
- 3. Ведомости на оплату труда.
- 4. У индивидуальных предпринимателей наемных работников не бывает.

4. Что можно назвать общеэкономической функцией предпринимательства?

- 1. Получение прибыли.
- 2. Своевременную уплату налогов.
- 3. Производство продукции и доведение её до потребителей.
- 4. Снижение себестоимости продукции.

5. Выбрать верные утверждения.

1. К хозяйственным обществам относятся коммерческие организации с правом хозяйственного ведения имуществом.
2. Руководитель акционерного общества является председателем совета директоров.
3. Акционерное общество может состоять из одного акционера.
4. Высшим органом открытого акционерного общества является совет директоров.

6. Выбрать верные утверждения.

1. Без получения лицензии любая предпринимательская деятельность не разрешается.
2. Лицензирование деятельности является обязательным условием регистрации предпринимательской организации.
3. Лицензия, выдаваемая предприятию, характеризует качество выпускаемой продукции и предоставляемых услуг.
4. Предприятие может осуществлять различные виды деятельности, но на некоторые виды, определяемые законом, надо иметь лицензию.

7. Выбрать верные утверждения.

1. Производственные кооперативы и казенные предприятия не подлежат банкротству.
2. Общество с ограниченной ответственностью может быть преобразовано по инициативе учредителей в закрытое или открытое акционерное общество.
3. Дочернее предприятие согласно закону отвечает по обязательствам основной организации.
4. Унитарные предприятия могут быть объявлены банкротами по решению арбитражного суда.

8. Какой вид предпринимательской деятельности можно назвать определяющим с народнохозяйственной точки зрения?

1. Торгово-коммерческая деятельность.
2. Производственная деятельность.
3. Финансово-кредитная деятельность.

4. Консалтинговая деятельность.

9. Что можно назвать факторами внутренней предпринимательской среды?

1. Объем собственного капитала.
2. Формирование команды партнеров по бизнесу.
3. Систему рыночных коммуникаций.
4. Наличие природных факторов производства.

10. С какого момента юридическое лицо, как субъект предпринимательства, считается созданным?

1. С момента решения общего собрания учредителей.
2. С момента утверждения устава.
3. С момента получения печати и оформления счета в банке.
4. С момента государственной регистрации.

11. Какая организационно-правовая форма предпринимательства требует иметь не менее пяти участников?

1. Общество с ограниченной ответственностью.
2. Закрытое акционерное общество.
3. Производственный кооператив.
4. Коммандитное товарищество.

12. Какое максимальное количество участников может быть в закрытом акционерном обществе?

1. До 500 участников.
2. До 100 участников.
3. До 50 участников.
4. Число участников законодательством не ограничено.

13. Что входит в компетенцию общего собрания открытого акционерного общества?

1. Внесение изменений и дополнений в устав ОАО.
2. Утверждение годовых отчетов и распределение прибыли.

3. Проверка финансово-хозяйственной деятельности ОАО.

4. Заключение хозяйственных договоров.

14. К какому понятию относится следующее определение: «Некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая полностью или частично этим собственником»?

1. Предприятие.

2. Юридическое лицо.

3. Учреждение.

4. Общественная организация.

15. Какой орган является высшим органом управления в акционерном обществе?

1. Совет директоров.

2. Собрание учредителей.

3. Общее собрание акционеров.

4. Правление.

Темы рефератов по дисциплине

1. Основные понятия: коммерция, коммерческая деятельность, предпринимательство. Развитие коммерции и предпринимательства в России.

2. Коммерческая деятельность: назначение, сфера применения, сущность, содержание.

3. Составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы.

4. Объекты коммерческой деятельности: товары, услуги, технологии, недвижимость, ценные бумаги.

5. Субъекты коммерческой деятельности: организации- изготовители, продавцы, посредники, потребители, их назначение и место в организации доведения объектов деятельности о конечного потребителя.

6. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
7. Классификация субъектов по следующим признакам: целям деятельности, формам собственности, численности работающих.
8. Специфика функционирования предприятий малого и среднего бизнеса, их характерные признаки.
9. Коммерческие службы организации (отделы сбыта, снабжения, реализации и т.п.).
10. Положение об отделе на предприятии, в торговой организации.
11. Квалификационные характеристики работников коммерческих служб: агентов по снабжению, сбыту, коммерческих, торговых и др.
12. Предоставление дополнительных коммерческих услуг: информационных, консультативных, посреднических и др.
13. Этика и мораль коммерсанта: понятие.
14. Морально-этические требования к коммерсанту.
15. Деловой этикет коммерсанта.
16. Культура предпринимательства.
17. Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм.
18. Направление государственного регулирования: защита прав потребителей, а также юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
19. Обеспечение безопасности и взаимовыгодных коммерческих сделок, соблюдение выполнения договорных обязательств.
20. Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности.

5.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

В процессе изучения дисциплины осуществляются следующие виды контроля:

- **входной контроль** заключается в изучении первоначальных знаний по смежным предшествующим дисциплинам, проведении входного опроса о наличии представлений, знаний, умений и навыков по данной дисциплине;
- **текущий контроль** качества усвоения знаний состоит в оценке самостоятельных и практических работ, а также в проведении опросов

в конце разделов курса;
— **рубежный контроль** – экзамен.

Критерии оценивания ответа обучающегося

Высшим баллом **«отлично» (зачтено)** аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«неудовлетворительно» (не зачтено)** ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

Критерии оценки рефератов

- 1) соответствие теме;
- 2) глубина проработки материала;
- 3) правильность использования источников;

4) оформление.

Оценка «5» ставится, если работа соответствует всем, перечисленным выше критериям.

Оценка «4» ставится, если работа соответствует трем из четырех, перечисленных выше критериев.

Оценка «3» ставится, если работа соответствует двум из четырех, перечисленных выше критериев.

Оценка «2» ставится, если работа соответствует только одному из перечисленных выше критериев.

Критерии оценки тестовых заданий:

«3», зачтено – выполнение 50% предложенных заданий;

«4» – выполнение 75% предложенных заданий;

«5» – выполнение 85% предложенных заданий.

Критерии оценивания работы на семинарских и практических занятиях, устных форм проведения контроля знаний:

1) Выделение основных понятий, характеристик, владение терминами и знание современных тенденций развития массовых коммуникаций.

2) Полнота и логичность сделанных выводов.

3) Активность обсуждения, умение вести диалог.

4) Грамотность формулировок, критичность мышления, разносторонность подходов к анализу материала.

Задание оценивается путем признания его соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие трем критериям из четырёх – «зачтено».

Критерии оценки работы студентов во время групповых дискуссий:

1) Активность участия в дискуссии.

2) Аргументация с использованием:

– терминов и понятий изучаемого курса, других учебных дисциплин;

– фактов современной жизни;

– фактов, демонстрирующих знания современных коммуникативных процессов;

– мнений известных исследователей, социологов, политологов, специалистов по коммуникациям и имиджу;

– ссылок на правовые источники и иные официальные документы.

3) Логичность и последовательность аргументации.

Оценивается только работа тех обучающихся, кто принимал участие в дискуссии путем признания ее соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие двум критериям из трёх – «зачтено».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469613>
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425884>
3. Голубков, Е. П. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06700-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451688>
4. Минько Э.В. Основы коммерции [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 512 с. — ISBN 978-5-238-01224-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71034.html>
5. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10275-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456482>
6. Торговое дело. Коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика [Электронный ресурс] : монография / М.Н. Авдокушина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 410 с. — ISBN 978-5-394-02813-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70875.html>

Дополнительная литература:

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449837>
2. Быкова Е.В., Стоянова Е.С. Финансовое искусство коммерции. - М.: Перспектива, 2019. –154 с.

3. Ванин В.В. Коммерческие организации: выбор организационно-правовой формы: практ. пособие. - М.: ПРИОР, 2018. – 96 с.
4. Волынец-Руссет Э.Я. Коммерческая реализация изобретений и ноу-хау (на внешних и внутренних рынках): Учебник. - М.: ЮРИСТЪ, 2019. – 326 с.

Интернет-ресурсы:

1. <https://www.eventleadershipinstitute.com> – институт лидерства
2. <http://www.eventeducation.com> – руководство по управлению событиями и планированию коммуникаций
3. <http://www.bizbash.com/magazine/#.Vs7EVDY0zrk>
4. <http://www.eventmarketer.com>
5. <http://specialevents.com>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для выполнения практических работ, проведения тренингов и выполнения тестовых заданий подготовлены печатные материалы, которые содержатся в методической папке (кафедра гуманитарных и естественно-научных дисциплин), используются мультимедийные ресурсы кафедры и вуза.

Лекционные и семинарские занятия предполагают комплект презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).

Компьютерный класс с установленными программными средствами привлекается для проведения практических занятий и для осуществления текущего и рубежного контроля знаний студентов в форме тестирования.

Используемые программы (для подготовки и проведения занятий):

- Microsoft Office (PowerPoint, Word); Adobe Photoshop; Adobe Reader; Eset NOD32 Antivirus; Etxt Antiplagiat
- Браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox
- Медиапроигрыватели: Media Player Classic Homecinema, Windows Media
- SaaS-платформа WIX
- Профессиональный интерфейс Яндекс.Директ

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университетом обеспечивается:

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекту питания, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях.

8. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет» от 20.06.2019 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.