

Учреждение образования
«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
УО «ГГУ им. Ф. Скорины»

_____ И.В. Семченко
(подпись)

(дата утверждения)

Регистрационный № УД- _____ /р.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебная программа для специальности
1-25 01 10 Коммерческая деятельность

Факультет	экономический		
Кафедра	коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике		
Курс (курсы)	3		
Семестр (семестры)	6		
Лекции	34 часов	Экзамен	- 6 семестр
Практические занятия	40 часов		
		Курсовая работа	6 семестр
Самостоятельная управляемая работа студентов	10 часов		
Всего аудиторных часов по дисциплине	84 часа		
Всего часов по дисциплине	196 часа	Форма получения высшего образования	дневная

Составила Г.А. Шелелева, ст. преподаватель

Учебная программа составлена на основе типовой учебной программы, утвержденной учебно-методическим объединением вузов Республики Беларусь по экономическому образованию

регистрационный № ТД-178 / тип. 04.12.2006г

Рассмотрена и рекомендована к утверждению в качестве рабочего варианта на заседании кафедры коммерческой деятельности и ИТ в экономике

_____ 2010 г., протокол № _____

Заведующий кафедрой

доцент _____ С.Н. Говейко

Одобрена и рекомендована к утверждению
Методическим советом экономического факультета

_____ 2010 г., протокол № _____

Председатель

доцент _____ А.А. Казуцкич

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУИМ.Ф.СКОРИНЫ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Коммерческая деятельность как вид предпринимательства лежит в основе рыночной экономики. В условиях рынка организации должны строить коммерческую работу на современных подходах и принципах, направленных на повышение эффективности их деятельности и обеспечение позитивного имиджа. Этому будут способствовать высококвалифицированные специалисты - коммерсанты.

Для осуществления профессиональной деятельности коммерсант должен обладать экономическими, организационными правовыми знаниями, что будет повышать эффективность коммерческих процессов организации.

Целями преподавания дисциплины "Коммерческая деятельность" являются формирование у студентов современного экономического мышления, комплексного понимания организации и управления в области коммерческой деятельности и овладение навыками их практического применения в складывающейся ситуации на потребительском рынке.

В задачи изучения дисциплины входит освоение теоретических и прикладных знаний о сущности и содержании коммерческой деятельности, ее влиянии на конечные результаты работы организации, определение путей повышения эффективности коммерческой деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен знать систему экономических отношений в сфере обращения товаров, содержание коммерческой деятельности, законы и нормативные документы, регламентирующие коммерческую деятельность, методы и методики расчетов показателей коммерческой деятельности.

Специалист по организации коммерческой деятельности должен уметь: проводить исследование рынка товаров и услуг; рассчитывать, обобщать и оценивать результаты коммерческой деятельности; определять цели и задачи коммерческой деятельности в сложившихся условиях, разрабатывать коммерческую стратегию; осуществлять комплексное управление коммерческой деятельностью.

Студент должен иметь навыки использования теоретических знаний в практической работе организаций отрасли.

Освоение дисциплины "Коммерческая деятельность" тесно связано со знаниями, полученными студентами при изучении таких общенаучных и профессиональных дисциплин, как "Макроэкономика", "Микроэкономика", "Основы права", "Организация и технология в отрасли", "Товароведение", "Основы маркетинга", "Менеджмент в отрасли", и др

Общее количество часов – 124 ; аудиторное количество часов — 84 , из них: лекции — 34 , практические занятия — 40 , самостоятельная управляемая работа студентов (СУРС) — 10 . Форма отчётности — экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1 Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

Понятие и цель коммерческой деятельности. История развития коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в условиях формирования рыночной экономики.

Сущность, принципы и функции коммерческой деятельности. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях. Особенности организации коммерческой деятельности индивидуальных предпринимателей.

Коммерческая служба организации: структура, функции, взаимосвязь с другими подразделениями.

Роль и задачи специалистов коммерческих служб в улучшении качества товаров, обновлении их ассортимента, повышении культуры обслуживания покупателей. Требования к коммерческому работнику; личностные, профессиональные.

Использование передового отечественного и зарубежного опыта в повышении эффективности коммерческой деятельности.

Дисциплина "Коммерческая деятельность", ее роль и место в подготовке специалистов отрасли, связь с другими предметами: основы маркетинга, менеджмент в отрасли, товароведение в отрасли и средства производства, экономика предприятий отрасли, организация и технология в отрасли, основы права, ценообразование и др.

Тема 2 Содержание коммерческой деятельности

Место коммерческой деятельности во внешней среде. Объекты, субъекты, инфраструктура коммерческой деятельности и их характеристика.

Основные элементы коммерческой деятельности: исследование рынка; изучение покупательского спроса; определение потребности в товарах; формирование конкурентоспособного ассортимента; управление товарными запасами; закупочная и договорная работа; рекламно-информационная деятельность. Взаимосвязь между элементами коммерческой деятельности.

Факторы, влияющие на состояние рынка товаров и услуг: демографические, экономические, природно-климатические, бытовой и потребительской культуры, научно-технические, политико-правовые, социального настроения в обществе и другие, их характеристика.

Формирование коммерческой стратегии организации. Система управления коммерческой деятельностью.

Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Банк коммерческой информации: понятие, сущность, роль в коммерческой деятельности организации, задачи. Источники получения информации и их классификация.

Информация о покупателях и мотивах покупок, требованиях рынка, конкурентной среде и конкурентах, потенциальных возможностях организации и др. Отбор информации для принятия коммерческого решения.

Современные информационные технологии и их роль в создании качественно нового уровня информационного обеспечения коммерческой деятельности.

Коммерческая тайна. Защита конфиденциальной информации и коммерческой тайны.

Тема 3 Организация изучения покупательского спроса

Задачи и цели изучения потребностей населения. Понятие покупательского спроса. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач. Содержание процесса изучения покупательского спроса. Факторы, влияющие на покупательский спрос, и их характеристика. Управление покупательским спросом.

Организация работы служб по изучению и прогнозированию спроса. Роль фирменных и опорных (базовых) магазинов в организации изучения покупательского спроса.

Виды покупательского спроса и их характеристика: удовлетворенный (реализованный), неудовлетворенный, формирующийся. Классификация покупательского спроса в зависимости от характера возникновения потребности в покупке, степени повторяемости, частоты предъявления, степени распространенности и др.

Особенности спроса покупателей на различные товары(продукцию), их учет в коммерческой работе организаций.

Методы изучения покупательского спроса. Особенности изучения спроса оптовых покупателей. Конъюнктура рынка: понятие, задачи, цели ее изучения. Факторы, влияющие на конъюнктуру. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Использование результатов изучения спроса и конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности.

Тема 4 Формирование ассортимента товаров

Понятие и виды ассортимента товаров. Признаки классификации товаров. Политика государства по насыщению рынка товарами отечественного производства. Ассортиментная политика субъектов хозяйствования: понятие, сущность, задачи.

Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Особенности формирования ассортимента товаров в розничных и оптовых организациях.

Товарные запасы и их роль в обеспечении потребностей потребителей.

Принципы формирования ассортимента товаров организаций. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров, их классификация, характеристика. Требования к формированию ассортимента товаров в организациях. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам: сущность, преимущества, признаки группировки товаров в потребительские комплексы. Классификация потребительских комплексов.

Процесс формирования ассортимента товаров. Особенности формирования торгового ассортимента в магазинах различных типов и специализаций. Управление ассортиментом товаров в организациях: понятие, сущность, основные элементы (планирование, организация, контроль) и их характеристика.

Организация контроля за соблюдением ассортимента товаров. Ассортиментные перечни товаров: понятие, влияние на реализацию товаров отечествен-

ного производства, порядок разработки и утверждения, контроль за соблюдением. Показатели устойчивости и полноты ассортимента товаров, их расчет и использование в процессе анализа и оценки коммерческой деятельности организации.

Тема 5 Организация хозяйственных связей и договорной работы

Понятие и сущность хозяйственных связей организаций по поставкам товаров. Системы хозяйственных связей между поставщиками и покупателями товаров. Простая и сложная структуры хозяйственных связей, их характеристика, экономическая целесообразность применения. Классификация хозяйственных связей по срокам действия, составу участников и др. Предмет и субъекты хозяйственных связей. Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Закон Республики Беларусь "О поставках товаров для государственных нужд", Положение о поставках товаров в Республике Беларусь и др. Задачи развития и совершенствования хозяйственных связей организаций с поставщиками товаров.

Договорная работа и ее содержание: преддоговорная работа; заключение, изменение, дополнение и расторжение договора; учет и контроль исполнения договорных обязательств; оценка эффективности сделок.

Торговые переговоры и их роль в повышении эффективности хозяйственных связей. Виды хозяйственных договоров. Договор купли-продажи, его виды и роль в условиях рыночных отношений. Содержание договора поставки, характеристика его разделов, порядок заключения, изменения и расторжения. Особенности договоров поставки товаров для государственных нужд. Учет и контроль выполнения договорных обязательств.

Использование ПЭВМ при организации учета и контроля договорных обязательств. Имущественная ответственность и санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договоров.

Тема 6 Коммерческая деятельность по оптовым закупкам

Понятие и сущность процесса оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Автоматизированные системы управления и контроля за товарными запасами и их роль в организации закупок товаров.

Факторы, учитываемые при оптовых закупках товаров. Содержание процесса оптовых закупок товаров. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика.

Источники оптовых закупок товаров. Роль местных источников закупок и задачи коммерческих служб по их изучению и вовлечению в товарооборот. Место и роль внереспубликанских источников закупок.

Поставщики товаров, их классификация, характеристика, роль в формировании конкурентоспособного ассортимента, выбор поставщиков.

Порядок проведения оптовых закупок товаров при свободной купле-продаже и для государственных нужд. Определение организациями потребности в товарных ресурсах.

Формы оптовых закупок. Закупки товаров на оптовых ярмарках: понятие, виды, классификация; цель, задачи и порядок проведения; руководство ярмарки. Нормативные акты, регламентирующие выставочную и ярмарочную деятельность на территории Республики Беларусь и за рубежом.

Организация закупки товаров на товарных биржах, аукционах, оптовых рынках, торгах, тендерах, в торговых домах, посредством электронной торговли. Их сущность, характеристика, цели, организация коммерческих операций, документальное оформление сделок купли-продажи. Организация учета и контроля оптовых закупок товаров народного потребления. Ответственность поставщиков и покупателей за нарушение условий договора поставки. Пути совершенствования закупочной деятельности организаций торговли.

Тема 7 Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров

Сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций.

Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров, и их характеристика: планирование оптовой продажи, установление хозяйственных связей с покупателями товаров, выбор форм и методов оптовой продажи, оказание услуг розничной торговле, рекламно-информационная деятельность, организация учета и контроля за выполнением договоров с покупателями.

Транзитная и складская формы оптовой продажи товаров: сущность, условия, целесообразность и эффективность применения. Методы продажи товаров со складов оптовых организаций: с личной отборкой покупателями, по требованиям-заявкам (заказам) покупателей, через разъездных товароведов (торговых агентов, коммивояжеров) и магазины-склады (типа «кэш энд кэрри»), путем выполнения посылочных операций.

Стимулирование продаж. Услуги покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовым покупателям, и их характеристика: технологические, коммерческие, организационные, финансовые, по накоплению и хранению товаров, товароснабжению.

Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле Республики Беларусь.

Тема 8 Рекламно-информационная деятельность организации

Понятие, сущность и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели и принципы рекламы. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности: Международный кодекс рекламы, Закон Республики Беларусь «О рекламе». Положение о порядке размещения наружной рекламы и др.

Состояние и пути развития рекламы в Республике Беларусь. Службы, занимающиеся рекламой, и организация работы с ними. Тенденции развития ре-

кламно-информационной деятельности в странах с развитой рыночной экономикой.

Классификация видов и средств рекламы. Характеристика современных видов и средств рекламы, используемых организациями торговли. Особенности организации внутри магазинной рекламы и информации.

Витрины и их виды. Классификация витрин. Требования к устройству и оформлению витрин.

Организация и управление рекламно-информационной деятельностью. Система управления рекламой, ее структура и значение в коммерческой деятельности организаций. Понятия рекламной акции, мероприятия, кампании. Расходы на рекламную деятельность.

Планирование рекламных мероприятий организации: требования к плану, порядок его разработки, содержание. Эффективность рекламы: социальная, экономическая, психологическая. Методы определения эффективности рекламы. Показатели социальной эффективности рекламы. Показатели экономической эффективности рекламы: дополнительный товароборот, полученный под воздействием рекламы, экономический результат, рентабельность рекламирования. Эффективность психологического воздействия рекламных средств и методы его определения.

Тема 9 Анализ и оценка коммерческой деятельности

Цели и задачи анализа коммерческой деятельности организации. Требования к проведению анализа коммерческой деятельности. Методы и этапы анализа коммерческой деятельности. Системы показателей, характеризующих коммерческую деятельность. Показатели оценки коммерческой работы организации: результатов коммерческой деятельности, закупки

РЕПОЗИТОРИИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела занятия, темы	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов			Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические (семинарские) занятия	контролируемая самостоятельная работа студента			
1	Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг	2	6	2		[1] [5] [7]	Групповая консультация
1.1	Лекция 1 Понятие и цель коммерческой деятельности 1 Понятие коммерческой деятельности 2 Роль коммерческой деятельности в рыночной экономике		2 4				
1.2	Лекция 2 1 Коммерческая служба организации 2 Роль и задачи специалистов коммерческих служб 3 Этика коммерческого работника 4 Личностные и профессиональные качества коммерческого работника			2			
2	Содержание коммерческой деятельности	6	6	2	ПК «Галактика»	[1] [2] [5] [9] [10] [11] [12]	Контрольная работа
2.1	Лекция 1 1 Объекты и субъекты коммерческой деятельности 2 Основные элементы коммерческой деятельности	2	2				
2.2	Лекция 2 1 Информационное обеспечение коммерческой деятельности 2 Исследование рынка как основной источник коммерческой информации 3 Коммерческая тайна предприятия	2	2				
2.3	Лекция 2 1 Современные информационные технологии в коммерче-		2	2			

	ской деятельности 2 Программные средства автоматизации коммерческой деятельности						
3	Организация изучения покупательского спроса Лекция 1 1 Понятие покупательского спроса 2 Организация работы служб по изучению и прогнозированию спроса Лекция 2 3 Методы изучения покупательского спроса 4 Конъюнктура рынка	2 2	6 2 4	2 2		1] [2] [5] [6] [8]	Групповая консультация
4	Формирование ассортимента товаров	4		4		1] [2] [3]	
4.1	Лекция 1 1 Понятие и виды ассортимента товаров 2 Особенности формирования ассортимента товаров в розничных и оптовых организациях	2		2			
4.2	Лекция 2 1 Процесс формирования ассортимента товаров 2 Управление ассортиментом товаров	2		2			
5	Организация хозяйственных связей и договорной работы	4	6	2	ПК «Галактика»	1] [2] [4] [5]	Тестирование
5.1	Лекция 1 1 Понятие и сущность хозяйственных связей 2 Договорная работа и ее содержание 3 Торговые переговоры и их роль в повышении эффективности хозяйственных связей	2	4				
5.2	Лекция 2 1 Виды хозяйственных договоров 2 Содержание договора поставки		2				

	3 использование ПЭВМ при организации учета и контроля договорных обязательств	2		2			
6	Коммерческая деятельность по оптовым закупкам	6	4	2	ПК «Галактика»	1] [2] [4] [5]	Групповая консультация
6.1	Лекция 1 1 Понятие и сущность процесса оптовых закупок товаров 2 Автоматизированные системы управления и контроля за товарными запасами	2	2				
6.2	Лекция 2 1 Источники оптовых закупок товаров 2 Поставщики товаров, их классификация	2	2	1			
6.3	Лекция 3 1 Совершенствование закупочной деятельности в современных условиях 2 Формы расчетов с поставщиками	2		1			
7	7 Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	4	4			1] [2] [4] [5]	
7.1	Лекция 1 1 Сущность оптовой продажи товаров народного потребления 2 Транзитная и складская формы оптовой продажи 3 Роль логистики в коммерческой деятельности	2	2				
7.2	Лекция 2 1 Стимулирование продаж 2 Методы оптовых продаж	2	2		[12]		
8	Рекламно-информационная деятельность организации	4	4			1] [2] [4] [5]	
8.1	Лекция 1 1 Понятие, сущность и роль торговой рекламы 2 Эффективность рекламы	2	2				
8.2	Лекция 2 1 Фирменный стиль как элемент рекламно-информационной работы 2 Коммерческая пропаганда	2	2				
9	Анализ и оценка коммерческой деятельности 1 Цели и задачи анализа коммерческой деятельности орга-	2					

9.2	низации 2 Повышение эффективности коммерческой деятельности					[4] [5]	
-----	--	--	--	--	--	------------	--

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМ. Ф. СКОРИНЫ

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень практических занятий

Тема 1 Сущность и роль коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг

- 1 Понятие и цель коммерческой деятельности.
- 2 Сущность, принципы и функции коммерческой деятельности. Решение задач.

Тема 2 Содержание коммерческой деятельности

- 4 Основные элементы коммерческой деятельности
- 5 Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Принятие коммерческого решения
- 6 Современные информационные технологии в коммерческой деятельности. Программный комплекс «Галактика» в коммерческой деятельности

Тема 3 Организация изучения покупательского спроса

- 7 Содержание процесса изучения покупательского спроса.
- 8 Виды покупательского спроса и их характеристика.
- 9 Методы изучения покупательского спроса. Анкетирование, фокус-группа, аудит розничной торговли

Тема 4 Формирование ассортимента товаров

- 10 Понятие и виды ассортимента товаров. Особенности формирования ассортимента товаров в розничных и оптовых организациях.
- 11 Организация контроля за соблюдением ассортимента товаров. Ассортиментные перечни товаров. Показатели устойчивости и полноты ассортимента товаров, их расчет и использование в процессе анализа и оценки коммерческой деятельности организации.

Тема 5 Организация хозяйственных связей и договорной работы

- 12 Понятие и сущность хозяйственных связей организаций по поставкам товаров. Договорная работа и ее содержание.
- 13 Содержание договора поставки, характеристика его разделов, порядок заключения, изменения и расторжения.
- 14 Использование ПК «Галактика» при организации учета и контроля договорных обязательств..

Тема 6 Коммерческая деятельность по оптовым закупкам

- 15 Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций.
- 16 ПК «Галактика» для автоматизации формирования бизнес-процесса закупки

Тема 7 Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров

- 17 Оптовая продажа товаров народного потребления.
- 18 Конкурентоспособность товаров.

Тема 8 Рекламно-информационная деятельность организации

- 19 Сущность и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности.
- 20 Фирменный стиль для стимулирования продаж

Рекомендуемые темы тестовых заданий

Тема 3 Организация изучения покупательского спроса

1 Деятельность по изучению потребностей населения

Тема 5 Организация хозяйственных связей и договорной работы

2 Организация хозяйственных связей в торговле

Рекомендуемые темы контрольных работ

.....Тема 2 **Содержание коммерческой деятельности**

Технологический процесс принятия коммерческих решений

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМ.Ф.СКОРИНЫ

*Рекомендуемая литература***Основная**

- 1 Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – Мн.: Вышэйшая школа, 2005. - 352 с.
- 2 Плаксицкий, В.М. Основы экономической деятельности коммерческих предприятий: учеб. пособие для вузов/В.М. Плаксицкий.-Мн.: Вышэйшая школа, 1997.–194с.
- 3 Организация коммерческой деятельности : справочное пособие /. С.Н. Виноградова. - Мн.: Вышэйшая школа, 2000. - .202 с.
- 4 Организация коммерческой деятельности. : практикум /- Мн.: Вышэйшая школа, 1999 – 115 с..
- 5 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность.: учебник для вузов /- Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина - М.: Финансы и статистика, 2006. – 420 с.
- 6 Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность:Сборник пратических заданий для проведения учебной практики: пособие / С.И. Башаримова. - Мн.: Вышэйшая школа, 2009. -112 с.

Дополнительная

- 7 Экономика предприятия.: научное издание / В.Я. Хрипач, Г.З. Суша, Г.к. Оноприенко -Мн.: Экономпресс., 2003. - 464 с.
- 8 Козье, Д. Электронная коммерция / учеб. Пособие/ Д. Козье.- М.: Мир, 1999. – 386с
- 9 Прохорова, Т.В. Автоматизация учета в системе «1С: Предприятие 7.7» для Республики Беларусь: практическое пособие / Т. В. Прохорова.-2-изд. – Минск: Дикта, 2008.- 496 с.
- 10 Басалыго, В.И. Ведение оперативного учета на компьютере. Учебно-практическое пособие./ В.И. Басалыга - Мн.: Экономпресс, 1997. – 218 с.
- 11 Войтишкина, А.Л. Коммерческая деятельность: Практикум./ А.Л Войтишкина., Г.А. Шелелеява - Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины., 2002 – 46 с.
- 12 Шелелеява, Г.А. Коммерческая деятельность: практическое пособие по выполнению лабораторных работ для студентов специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» /Г. А. Шелелеява; М-во образ. РБ, Гомельский госуд. ун-т им.Ф.Скорины, - Гомель: УО «ГГУ им. Ф.Скорины», 2007. – 60с.
- 13 . Голубков, Е.П. Основы маркетинга: Учебник / Е.П. Голубков - М.: Издательство «Финпресс», 2004 - 302 с.
- 14 Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие / А.Ю. Юданов - 2-е изд. - М.: Гном-Пресс, 2000 – 212 с.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Компьютерные информационные технологии	Кафедра КД и ИТ в экономике		Рекомендовать к утверждению учебную программу в представленном варианте протокол № ____ от _____.2010
АРМ специалиста	Кафедра КД и ИТ в экономике		Рекомендовать к утверждению учебную программу в представленном варианте протокол № ____ от _____.2010

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМ.Ф.СКОРНИНЫ

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**
на ____/____ учебный год

№№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
коммерческой деятельности и информационных технологий в экономике (протокол №
_____ от _____ 2010_ г.)

Заведующий кафедрой
Коммерческой деятельности
и информационных технологий в экономике
к.э.н., доцент

_____ С.Н.Говейко

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета УО «ГГУ им. Ф. Скорины»
К.э.н., доцент

_____ В.А. Щепов