

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Программа, методические указания и задания контрольной
и самостоятельной работы для студентов заочной формы обучения
специальностей 080109.65 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
(для специализации «Бухгалтерский учет, анализ и аудит
в коммерческих организациях»),
080502.65 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»

Новосибирск 2008
Кафедра коммерции

Организация коммерческой деятельности : программа, методические указания и задания контрольной и самостоятельной работы для студентов / [сост. О.В. Кондратьева, ст. преподаватель, Н.Л. Роголева, ст. преподаватель]. – Новосибирск : СибУПК, 2008. – 48 с.

Рецензент Н.А. Захарьяцева, ст. преподаватель

Программа, методические указания и задания утверждены и рекомендованы к изданию кафедрой коммерции, протокол № 4 от 22.11.2007 г.

© Сибирский университет
потребительской кооперации, 2008

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Изучение дисциплины «Организация коммерческой деятельности» позволяет освоить теоретико-методологические аспекты организации коммерческой деятельности предприятий и организаций. Дисциплина ориентирована на получение студентами теоретических знаний и практических навыков в области исследования, организации и обеспечения социально-экономической эффективности коммерческих процессов в отраслях и сферах экономики.

Цель дисциплины «Организация коммерческой деятельности» – овладение студентами системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на организацию коммерческой деятельности предприятий в современных условиях развития рыночных отношений.

В процессе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- освоение профессионального понятийного аппарата и области организации коммерческой деятельности;
- рассмотрение и характеристика субъектов и объектов коммерческой деятельности;
- изучение покупательского спроса и конъюнктуры торговли;
- ознакомление с коммерческой тайной и ее защитой;
- изучение вопросов управления рисками в коммерческой деятельности;
- изучение основ психологии и этики в коммерческой деятельности;
- изучение организации договорной работы на предприятиях;
- изучение организации оптовой и розничной продажи товаров;
- рассмотрение вопросов формирования ассортимента товаров и управления товарными запасами на предприятиях торговли;
- ознакомление с правилами ярмарочной и биржевой торговли;

– определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятий;

– рассмотрение вопросов международной коммерческой деятельности.

В результате изучения дисциплины «Организация коммерческой деятельности» студент должен:

иметь представление: о роли и значении коммерческой деятельности в экономике страны и об основных закономерностях ее развития, о методологических основах организации коммерческой деятельности, о составляющих коммерческой работы и их государственном регламентировании, о роли финансового и материально-технического обеспечения в формировании коммерческой деятельности;

знать: теоретические основы коммерческой деятельности; ретроспективу развития коммерческой деятельности в России и за рубежом; изменения, происходящие в коммерческой деятельности в годы экономических реформ в России; направления и задачи улучшения коммерческой деятельности; методы изучения и прогнозирования потребностей и спроса на товары народного потребления; сущность конъюнктуры торговли и ее составляющие; условия, в которых осуществляется коммерческая деятельность и адекватно принимаемые коммерческие решения; объекты и субъекты коммерческой деятельности, их характеристику; законодательные и нормативные акты, регулирующие коммерческую деятельность; порядок заключения договоров поставки и контроль за их исполнением; методы оптовой и розничной продажи; особенности ярмарочной, биржевой и аукционной торговли; виды коммерческих рисков и пути их снижения; особенности коммерческой деятельности в международной торговле;

уметь: организовать коммерческую работу по оптовым закупкам и продаже товаров; заключать договоры купли-продажи и осуществлять контроль за их исполнением; формировать оптимальный ассортимент товаров и управлять товарными запасами; организовать торговое обслуживание населения; управлять коммерческими рисками; организовывать защиту коммерческой тайны; анализировать показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий.

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СРОКАМ И ФОРМАМ ОБУЧЕНИЯ (час)

2.1. Заочная форма обучения – 5,5 лет

Вид занятий	Специальность/курс	
	080109.65	080502.65
	4-й курс	5-й курс
Аудиторные занятия:	10	16
лекции	6	10
практические	4	6
Контрольная работа	+	+
Самостоятельная работа	40	120
<i>Общая трудоемкость</i>	50	136
Вид итогового контроля	Зачет	Зачет

2.2. Заочная форма обучения – 3,5 года

Вид занятий	Специальность/курс	
	080109.65	080502.65
	3-й курс	3-й курс
Аудиторные занятия:	10	12
лекции	6	8
практические	4	4
Контрольная работа	+	+
Самостоятельная работа	40	124
<i>Общая трудоемкость</i>	50	136
Вид итогового контроля	Зачет	Зачет

2.3. Заочная форма обучения – 3 года на базе высшего профессионального образования

Вид занятий	Специальность/курс	
	080109.65	080502.65
	5-й семестр	4-й семестр
Аудиторные занятия:	6	8
лекции	4	4
практические занятия	2	4
Контрольная работа	-	+
Самостоятельная работа	44	128
<i>Общая трудоемкость</i>	50	136
Вид итогового контроля	Зачет	Зачет

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Тематический план дисциплины

Специальность 080109.65 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Темы дисциплины	Срок обучения							
	5,5 лет; 3,5 года				3 года на базе ВПО			
	Количество часов на изучение							
	всего	в том числе			всего	в том числе		
лекции		практ.	СРС	лекции		практ.	СРС	
<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Предмет, содержание и задачи дисциплины «Организация коммерческой деятельности»	1,5	0,5	-	1	1,5	0,5	-	1
2. Содержание коммерческой деятельности и ее реформирование с переходом на рыночную экономику	1	-	-	1	1	-	-	1
3. Классификация и характеристика субъектов и объектов коммерческой деятельности	3,5	0,5	-	3	5,5	1	0,5	4
4. Изучение и прогнозирование потребностей и спроса населения на потребительские товары	2,5	-	0,5	2	2,5	-	0,5	2
5. Конъюнктура торговли	2,5	0,5	-	2	2	-	-	2
6. Коммерческая тайна и ее защита	2	-	-	2	2	-	-	2
7. Риск в коммерческой деятельности	2	-	-	2	2	-	-	2
8. Психология и этика коммерческой деятельности	1	-	-	1	1	-	-	1
9. Государственное регулирование и регламентирование коммерческой деятельности	2,5	0,5	-	2	2,5	0,5	-	2

Окончание табл.

<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9
10. Организация хозяйственных связей в торговле	4	0,5	0,5	3	4,5	0,5	-	4
11. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	3	0,5	0,5	2	2,5	0,5	-	2
12. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	3	0,5	0,5	2	2,5	0,5	-	2
13. Ярмарочная торговля	2,5	0,5	-	2	2	-	-	2
14. Биржевая торговля	2	-	-	2	3	-	-	3
15. Аукционная торговля	2,5	0,5	-	2	2	-	-	2
16. Коммерческая деятельность на розничных предприятиях	4,5	0,5	1	3	5	0,5	0,5	4
17. Эффективность коммерческой деятельности	3	-	1	2	2,5	-	0,5	2
18. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности предприятий, источники развития	2,5	0,5	-	2	2	-	-	2
19. Международная коммерческая деятельность	4,5	0,5	-	4	4	-	-	4
Всего	50	6	4	40	50	4	2	44

Специальность 080502.65 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»

Темы дисциплины	Срок обучения											
	5,5 лет				3,5 года				3 года на базе ВПО			
	Количество часов на обучение											
	всего	в том числе			всего	в том числе			всего	в том числе		
лекции		практич.	СРС	лекции		практич.	СРС	лекции		практич.	СРС	
<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Предмет, содержание и задачи дисциплины «Организация коммерческой деятельности»	2,5	0,5	-	2	2,5	0,5	-	2	2,5	0,5	-	2
2. Содержание коммерческой деятельности и ее реформирование с переходом на рыночную экономику	4	-	-	4	2	-	-	2	4	-	-	4
3. Классификация и характеристика субъектов и объектов коммерческой деятельности	9	1	-	8	8,5	0,5	-	8	8,5	0,5	-	8
4. Изучение и прогнозирование потребностей и спроса населения на потребительские товары	12	1	1	10	11	0,5	0,5	10	10	-	-	10
5. Конъюнктура торговли	7,5	0,5	1	6	7	0,5	0,5	6	6	-	-	6
6. Коммерческая тайна и ее защита	8	-	-	8	8	-	-	8	8	-	-	8
7. Риск в коммерческой деятельности	8	-	-	8	8	-	-	8	8	-	-	8
8. Психология и этика коммерческой деятельности	4	-	-	4	4	-	-	4	4	-	-	4
9. Государственное регулирование и регламентирование коммерческой деятельности	7	1	-	6	6	-	-	6	6,5	0,5	-	6

Окончание табл.

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>
10. Организация хозяйственных связей в торговле	11	1	-	10	12	1	1	10	10,5	0,5	-	10
11. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	8	1	1	6	8,5	0,5	-	8	9,5	0,5	1	8
12. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	8	1	1	6	8,5	0,5	-	8	9,5	0,5	1	8
13. Ярмарочная торговля	4	-	-	4	4	-	-	4	4	-	-	4
14. Биржевая торговля	6	-	-	6	6	-	-	6	8	-	-	8
15. Аукционная торговля	4	-	-	4	4	-	-	4	4	-	-	4
16. Коммерческая деятельность в розничных предприятиях	7	1	-	6	7	1	-	6	6,5	0,5	-	6
17. Эффективность коммерческой деятельности	7	-	1	6	7	-	1	6	7	-	1	6
18. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности предприятий, источники развития	8	1	1	6	8	1	1	6	7,5	0,5	1	6
19. Международная коммерческая деятельность	11	1	-	10	11	1	-	10	12	-	-	12
Всего	136	10	6	120	136	8	4	124	136	4	4	128

3.2. Разделы дисциплины

1. Основы коммерческой деятельности.
2. Организация коммерческой деятельности.

3.3. Темы и их краткое содержание

Раздел 1. Основы коммерческой деятельности

Тема 1. Предмет, содержание и задачи дисциплины «Организация коммерческой деятельности»

Предмет дисциплины «Организация коммерческой деятельности». Условия и предпосылки возникновения дисциплины. Основы методологии, структура и логика построения дисциплины. Актуальность и профессиональная направленность изучаемой дисциплины. Взаимосвязь со смежными дисциплинами.

Торговля как одна из отраслей экономики страны. Функции и задачи торговли потребительскими товарами.

Характер и содержание коммерческих операций в оптовой и розничной торговле. Задачи дисциплины в повышении уровня коммерческой деятельности, качества и эффективности торговли.

Роль дисциплины в формировании целостной системы знаний в коммерческой подготовке специалистов высшей квалификации.

Тема 2. Содержание коммерческой деятельности и ее реформирование с переходом на рыночную экономику

Коммерческая деятельность как общественно необходимая функция воспроизводственного процесса. Понятие и сущность коммерческой деятельности. Функции и задачи коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности.

Коммерческие службы, их структура и организационное построение.

Тема 3. Классификация и характеристика субъектов и объектов коммерческой деятельности

Понятие субъектов коммерческой деятельности, их классификация.

Производственные предприятия как субъекты коммерческой деятельности. Структурное построение коммерческих служб на

производственных предприятиях, роль и функции отдельных подразделений. Коммерческие операции по закупке материальных ресурсов и сбыту готовой продукции.

Оптовые торговые предприятия и их роль в процессе товародвижения. Классификация и характеристика основных видов оптовых предприятий. Роль структурных подразделений оптовых предприятий и их функциональное назначение. Специфические особенности организации и функционирования оптовых предприятий в кооперативной торговле.

Социально-экономическое значение розничной торговой сети. Мелкорозничная торговая сеть и ее роль в торговом обслуживании населения. Классификация и характеристика магазинов. Коммерческие функции предприятий и организаций розничной торговли.

Торговые дома: понятие и классификация. Функции торговых домов и порядок организации их коммерческой деятельности.

Посреднические коммерческие структуры, их классификация и характеристика. Организация коммерческой деятельности на примере отдельных фирм и организаций.

Характеристика потребителей товаров, их классификация.

Понятие и классификация объектов коммерческой деятельности. Отличительные особенности потребительских товаров и товаров производственного назначения. Классификация потребительских товаров.

Услуги как объект коммерческой деятельности: понятие, отличительные особенности, классификация.

Особые объекты коммерческой деятельности: ценные бумаги, интеллектуальная собственность, недвижимость, рабочая сила.

Тема 4. Изучение и прогнозирование потребностей и спроса населения на потребительские товары

Потребность как социально-экономическая категория. Классификация потребностей. Закон возвышения потребностей. Формирование разумных потребностей.

Спрос как форма проявления потребностей. Классификация спроса и факторы, влияющие на его формирование. Источники информации о спросе населения.

Понятие о прогнозировании. Классификация экономических прогнозов. Методы прогнозирования: экстраполяция рядов дина-

мики, использование коэффициентов эластичности, экономико-математическое моделирование, нормативный и балансовый методы, методы экспертных оценок и аналогий. Особенности прогнозирования спроса на товары длительного пользования (методы расчета наличного парка, срока службы, обеспеченности, спроса начального и спроса на замену).

Использование материалов изучения и прогнозирования спроса в принятии коммерческих решений.

Тема 5. Конъюнктура торговли

Сущность конъюнктуры торговли и организация ее изучения. Конъюнктурная информация: виды, порядок и сроки представления.

Конъюнктурные обзоры: содержание и характеристика основных показателей, отражаемых в конъюнктурных обзорах.

Прогнозирование конъюнктуры торговли. Организация конъюнктурных совещаний.

Использование материалов по конъюнктуре торговли в оперативной работе с поставщиками и в управлении товарными ресурсами, а также в разработке рекламных мероприятий и мер по реализации лишних товарных запасов.

Коммерческие решения: виды и характерные особенности. Компетентность и научная обоснованность принимаемых коммерческих решений. Организация контроля за выполнением коммерческих решений и оценка эффективности их принятия.

Тема 6. Коммерческая тайна и ее защита

Понятие коммерческой тайны. Отличие коммерческой тайны от государственной. Закон РФ «О коммерческой тайне».

Коммерческие секреты и их носители. Сведения предприятий и организаций, относящиеся к коммерческой тайне. Перечень сведений, не составляющих коммерческую тайну.

Средства и методы защиты коммерческой тайны. Правила работы с документами, содержащими коммерческую тайну.

Тема 7. Риск в коммерческой деятельности

Предпринимательство и риск. Неопределенность в коммерческой деятельности.

Понятие коммерческого риска, его разновидности. Факторы, влияющие на возникновение коммерческого риска.

Потери и дополнительные доходы предпринимателя от риска.
Функции риска. Управление коммерческими рисками и их оценка.
Пути снижения риска: приобретение страховки, диверсификация, получение дополнительной информации.

Тема 8. Психология и этика коммерческой деятельности

Личностные и профессиональные требования к коммерческим работникам. Этический кодекс предпринимателя – коммерсанта.

Этикет коммерсанта, характеристика основных элементов.

Организация и ведение деловых переговоров. Деловые письма в коммерческой деятельности.

*Тема 9. Государственное регулирование
и регламентирование коммерческой деятельности*

Роль и значение государственного регулирования коммерческой деятельности. Направления и методы государственного регулирования. Основные законы РФ, регулирующие и регламентирующие коммерческую деятельность. Постановления правительства, нормативные акты и решения местных органов самоуправления по регулированию рынка потребительских товаров.

Правила работы торговых предприятий и основные правила продажи и обмена товаров.

Раздел 2. Организация коммерческой деятельности

Тема 10. Организация хозяйственных связей в торговле

Хозяйственные связи: сущность, виды и классификация. Порядок регулирования хозяйственных связей по поставкам товаров.

Организация прямых договорных связей предприятий торговли с производственными предприятиями, их преимущества и недостатки. Расчет минимального объема товарооборота, позволяющего установить договорные связи с промышленностью.

Заказы и заявки на производство и поставку товаров в торговые предприятия. Их содержание и порядок разработки.

Договоры купли-продажи в коммерческой деятельности: содержание и виды.

Договор поставки товаров: понятие и значение в коммерческой деятельности. Содержание договора, порядок его заключения, изменение, расторжение и исполнение.

Тема 11. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров

Сущность, роль и содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров. Источники поступления и поставщики товаров. Классификация поставщиков. Методы закупки товаров. Организация коммерческих связей, контроль и учет поступления товаров от поставщиков.

Оптовые продовольственные рынки и их роль в закупках товаров.

Роль и задачи информационно-коммерческих центров, оптовых ассоциаций и предприятий в организации оптовых закупок товаров.

Тема 12. Коммерческая работа по оптовой продаже

Оптовая продажа товаров – составная часть коммерческой работы оптового предприятия. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Нахождение оптовых покупателей товаров и организация хозяйственных связей с ними. Формы оптовой продажи: продажа товаров при транзитном и складском оборотах.

Методы оптовой продажи товаров при складском обороте: по личной отборке товаров покупателем, по письменным и телефонным заказам, через торговых агентов, автосклады, посредством почтово-посылочных операций.

Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам.

Оперативный учет и контроль продажи товаров.

Организация стимулирования сбыта на предприятиях оптовой торговли.

Тема 13. Ярмарочная торговля

История возникновения и развития ярмарочной торговли. Значение и виды оптовых ярмарок, их цели и характерные черты. Организация работы ярмарок. Классификация ярмарок. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках. Порядок заключения договоров на ярмарках.

Тема 14. Биржевая торговля

Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Виды товарных бирж, цели их создания. Основные задачи и функции товарной биржи. Порядок создания учреждения товарной биржи, ее структура.

Биржевой товар и его характеристики.

Виды биржевых сделок, их содержание. Оформление и исполнение биржевых сделок.

Правила ведения биржевой торговли. Права и обязанности брокеров и маклеров.

Порядок разрешения споров по биржевым сделкам. Санкции за нарушение правил биржевой торговли.

Тема 15. Аукционная торговля

Понятие аукциона, его организационные виды и формы. Объекты аукционных торгов.

Порядок организации и проведения аукциона. Правила аукционной торговли. Аукционный комитет: организационная структура построения и функции отдельных подразделений.

Аукционные сделки: порядок оформления и исполнения.

Рекламно-информационная работа аукциона.

Тендерные торги: понятие и особенности организации проведения.

Тема 16. Коммерческая деятельность в розничных организациях

Особенности коммерческой работы в розничных торговых организациях. Коммерческая работа по розничной продаже товаров, ее составляющие.

Понятие об ассортименте товаров, классификация товарного ассортимента.

Формирование ассортимента в розничной торговой сети. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Принципы и методы построения ассортимента. Ассортиментный перечень как инструмент регулирования ассортимента. Показатели ассортимента. Применение методики ABC при построении ассортимента в торговых предприятиях и организациях.

Назначение и классификация товарных запасов в розничной торговой сети. Управление товарными запасами.

Организация торгового обслуживания покупателей. Психология и типы покупателей.

Культура торговли, культура торгового обслуживания. Показатели, характеризующие качество торгового обслуживания.

Тема 17. Эффективность коммерческой деятельности

Понятие об эффективности коммерческой деятельности и коммерческого успеха. Факторы, влияющие на эффективность коммерческой деятельности, их классификация.

Показатели экономической эффективности коммерческой деятельности.

Социальная эффективность коммерческой деятельности. Показатели, характеризующие социальную эффективность коммерческой деятельности.

Тема 18. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности предприятий, источники развития

Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности. Финансирование закупок и обновление основных фондов из собственных и заемных средств предприятия.

Роль материально-технической базы и технической политики при осуществлении коммерческой деятельности предприятиями. Понятие материально-технической базы и технической политики. Оценка эффективности материально-технической базы.

Инвестиции как источник развития материально-технической оснащённости предприятий. Технология процесса инвестирования в торговых предприятиях (организациях).

Тема 19. Международная коммерческая деятельность

Сущность и содержание международных коммерческих операций. Этапы выхода на внешний рынок. Классификация контрагентов как субъектов коммерческой деятельности.

Контракты в международной торговле. Условия поставки товаров и перемещения их через границу.

Понятие базисных условий поставки и их классификация. Методы определения цены экспортных и импортных товаров.

Торговые посредники на мировом рынке. Понятие и виды торгово-посреднических операций.

Показатели эффективности внешнеторговых операций.

Государственное и международное регулирование международной коммерческой деятельности.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Студенты заочной формы обучения выполняют одну контрольную работу. Это позволит усвоить основные особенности дисциплины, научиться работать с информационным материалом, получить навыки оформления учебных письменных работ по дисциплине.

При написании работы рекомендуется использовать список основной и дополнительной литературы, представленной в данной программе, однако допускается использование любой другой литературы, соответствующей тематике вопросов, по выбору автора контрольной работы.

При выполнении контрольной работы можно пользоваться консультациями преподавателей университета в устной или письменной форме. Для получения письменной консультации иногородним студентам следует написать заявление на кафедру коммерции с просьбой ответить на неясные вопросы. Выполненная контрольная работа высылается в университет в сроки, установленные графиком учебного процесса.

Контрольная работа должна быть написана и защищена до начала экзаменационной сессии. Контрольные работы, направленные на доработку, необходимо в кратчайшие сроки переработать в соответствии с указанными замечаниями. Контрольные работы, рекомендованные к собеседованию, необходимо защитить. Без контрольной работы студента не допускают к сдаче экзамена или зачета.

Требования к оформлению контрольной работы

Объем работы, написанной четким почерком, должен составлять 12–18 страниц обычной школьной тетради или 8–10 страниц машинописного текста на стандартных листах формата А4 (210x297 мм), напечатанных на одной стороне листа. Размер шрифта должен быть равен 14–16 пунктам, плотность текста не менее 28 строк через 1–1,5 межстрочных интервала. Однако, если для раскрытия темы контрольной работы требуется больший объем текста, то тогда остаётся выбор за студентом. В конце работы следует указать список использованной в данной контрольной работе

литературы. Структура контрольной работы включает титульный лист, оглавление с указанием вопросов и страниц, изложение содержания вопросов (каждый вопрос излагается с новой страницы), список использованной литературы и приложения (при необходимости). В конце работы ставится дата и подпись студента.

Контрольная работа включает *четыре теоретических и два практических задания*.

В теоретических заданиях на основе изучения рекомендуемой литературы и опыта практической деятельности дать свои умозаключения по четырем вопросам своего варианта.

Задания контрольной работы определяются студентами согласно таблице по двум последним цифрам личного дела (шифра).

В таблице вариантов по горизонтали «Б» размещены цифры от 0 до 9, каждая из которых выбирается по последней цифре в шифре. По вертикали «А» также размещены цифры от 0 до 9, каждая из которых является предпоследней цифрой в шифре. Пересечением горизонтальной и вертикальной линий определяется клетка с номерами заданий контрольной работы студента.

Например: шифр К-00-71.

Пересечение первой строки по горизонтали и седьмой по вертикали определяет клетку с вопросами № 52,61,71,2. В ответах нужно показать умение обобщить изученный материал. Ответы должны быть достаточно полными по существу и краткими по форме. Поощряется взаимосвязь теоретических положений с практической работой организаций (предприятий).

Практические задания состоят из двух частей. В первой части необходимо дать краткую характеристику субъекта коммерческой деятельности на примере конкретного предприятия (организации) по месту жительства студента. Во второй части студентам необходимо составить конъюнктурный обзор современного состояния торговли конкретным видом товара по месту жительства студента.

Таблица для определения номеров теоретических заданий
контрольной работы

А \ Б		Последняя цифра в шифре									
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Предпоследняя цифра в шифре	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		11	12	23	24	15	76	22	68	19	20
		21	42	47	46	35	26	64	82	92	43
		72	75	62	71	78	47	37	31	39	75
	1	41	42	43	44	35	26	47	48	49	50
		25	22	15	23	51	56	2	3	5	6
		61	62	63	64	65	8	67	68	66	61
		71	72	73	74	71	75	31	75	37	38
	2	71	72	73	74	75	68	24	68	52	70
		55	42	33	54	45	39	57	54	29	1
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11		12	13	14	15	16	17	18	19	20	
3	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
	50	49	48	47	46	45	44	43	42	41	
	52	51	54	53	55	56	58	57	60	59	
4	70	69	68	65	66	67	63	64	61	62	
	22	75	71	70	75	75	74	73	72	71	
	13	28	13	14	15	40	27	44	19	10	
	31	32	40	33	34	35	36	37	38	21	
5	2	45	18	98	97	96	95	94	93	92	
	11	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
	28	29	22	21	23	24	26	25	27	30	
	39	38	37	36	35	34	33	32	31	40	
6	10	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
	25	21	22	23	24	28	26	27	29	31	
	30	32	33	34	35	36	37	38	39	40	
	44	43	42	41	48	45	46	47	50	49	
7	51	52	53	54	55	56	57	58	59	65	
	60	61	62	63	66	67	68	69	70	28	
	70	71	72	73	74	75	14	13	12	71	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8	70	69	66	57	56	75	64	63	62	61	
	20	13	17	16	15	14	18	19	11	12	
	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	
	14	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
9	71	72	73	54	75	33	55	66	9	1	
	25	18	17	16	20	15	14	12	11	13	
	21,60	22,79	23,48	24,77	25,46	26,85	27,71	28,52	29,63	30,24	

5. ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

5.1. Теоретические задания контрольной работы

1. Понятие коммерческой деятельности, развитие коммерческой деятельности в России.
2. Характерные черты коммерческой деятельности в рыночной экономике.
3. Функции коммерческой деятельности.
4. Задачи развития и совершенствования коммерческой деятельности на современном этапе.
5. Характерные черты и принципы коммерческой деятельности в рыночной экономике.
6. Коммерческие службы, их структура и организационное построение.
7. Понятие о потребностях и их классификация.
8. Понятие покупательского спроса, его классификация.
9. Источники информации о спросе населения.
10. Факторы, влияющие на формирование спроса.
11. Прогнозирование покупательского спроса: понятие, этапы и методы прогнозирования.
12. Понятие коммерческой информации, ее основные виды.
13. Содержание работы по информационному обеспечению коммерческой деятельности.
14. Сущность конъюнктуры торговли, общая оценка современной конъюнктуры торговли.
15. Виды конъюнктурной информации, их содержание.
16. Конъюнктурные совещания, цель и организация проведения.
17. Коммерческие решения, контроль за их исполнением.
18. Понятие и классификация субъектов коммерческой деятельности.
19. Производственные предприятия как субъекты коммерческой деятельности.
20. Оптовые торговые организации как субъекты коммерческой деятельности.
21. Розничные торговые организации как субъекты коммерческой деятельности.
22. Организации по оказанию услуг, их виды и специфика деятельности.

23. Коммерческо-посреднические структуры, их виды и роль в инфраструктуре рынка.
24. Торговые дома: понятие и классификация.
25. Особенности коммерческой работы и порядок деятельности торговых домов.
26. Характеристика потребителей товаров как субъектов коммерческой деятельности.
27. Характеристика основных объектов коммерческой деятельности: потребительских товаров и товаров производственного назначения.
28. Услуга как объект коммерческой деятельности.
29. Особые объекты коммерческой деятельности, их характеристика.
30. Понятие хозяйственных связей в торговле, их классификация.
31. Прямые хозяйственные связи, их эффективность. Преимущества и недостатки прямых хозяйственных связей.
32. Договоры купли-продажи: разновидности и их отличительные особенности.
33. Договоры купли-продажи: способы заключения и оформления.
34. Договор поставки товаров: понятие и значение в коммерческой деятельности.
35. Основные способы заключения договора поставки.
36. Основные условия договора поставки.
37. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров поставки товаров.
38. Сущность заявок и заявок на производство и поставку товаров.
39. Роль оптовой торговли в сфере обращения, функции и задачи.
40. Особенности коммерческой работы на оптовых предприятиях.
41. Сущность, роль и содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров.
42. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.
43. Формы и методы оптовой продажи товаров.
44. Оптовые ярмарки и их роль в закупке товаров, классификация ярмарок.
45. Оптовые продовольственные рынки и их роль в закупке товаров.
46. Перечень услуг, оказываемых при оптовой продаже.

47. Розничная торговля. Классификация и характеристика розничной торговой сети.
48. Методы продажи товаров в розничной торговле, эффективность их применения.
49. Понятие об ассортименте товаров и торговой номенклатуре. Классификация товарного ассортимента.
50. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях.
51. Принципы и этапы построения ассортимента.
52. Особенности формирования ассортимента в магазинах различных типов.
53. Методы регулирования ассортимента.
54. Ценовые и неценовые средства стимулирования продажи товаров.
55. Понятие и классификация товарных запасов.
56. Управление товарными запасами в розничной торговой сети.
57. Аукцион, его организационные формы и виды.
58. Объекты аукционных торгов. Зарубежный опыт функционирования аукционов.
59. Подготовительная работа по проведению аукциона.
60. Предаукционная выставка, торги, оформление аукционной сделки.
61. Биржи, классификация бирж, их историческое развитие.
62. Функции и задачи товарной биржи.
63. Биржевой товар и его признаки.
64. Участники биржевых торгов, торги.
65. Виды биржевых сделок, их содержание.
66. Регулирование биржевой деятельности.
67. Культура торговли, культура и качество торгового обслуживания.
68. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику.
69. Психология покупателей, типы покупателей по психологическим признакам.
70. Показатели экономической эффективности коммерческой деятельности.
71. Экономический эффект и система показателей его оценки.

72. Показатели, характеризующие социальную эффективность коммерческой деятельности.
73. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности: необходимость, обоснованность.
74. Методы и направления государственного регулирования коммерческой деятельности.
75. Государственные органы, контролирующие коммерческую деятельность предприятий по отраслям и сферам применения.
76. Правовое регулирование коммерческой деятельности, его содержание.
77. Административные правонарушения в торговле.
78. Правила обмена товаров в розничной торговой сети.
79. Правила работы розничных торговых предприятий.
80. Сущность и задачи международных коммерческих операций, их виды.
81. Экспортно-импортные операции, их характеристика.
82. Классификация контрагентов как субъектов международных коммерческих операций.
83. Внешнеторговый контракт, его содержание.
84. Виды контрактов международной купли-продажи.
85. Торгово-посреднические фирмы на мировом рынке, их виды.
86. Понятие и виды торгово-посреднических операций на мировом рынке, их характеристика.
87. Основные коммерческие условия договоров с торговыми посредниками на мировом рынке.
88. Коммерческий риск, виды риска.
89. Потери предпринимателя от риска.
90. Функции и пути снижения риска.
91. Понятие и правовое обеспечение коммерческой тайны в России.
92. Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия.
93. Перечень сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну предприятия.
94. Защита коммерческой тайны предприятия.
95. Финансы: их структура и управление для организации коммерческой деятельности.

96. Финансирование закупок из собственных и заемных средств предприятия.

97. Понятие материально-технической базы и характеристика ее элементов.

98. Оценка эффективности материально-технической базы.

99. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в коммерческой деятельности.

100. Коммерческий успех, его составляющие.

5.2. Практические задания контрольной работы

1. Характеристика субъектов коммерческой деятельности

Дать краткую характеристику субъекта коммерческой деятельности на примере конкретного предприятия (организации) по месту жительства студента.

Характеристика субъекта коммерческой деятельности должна включать ответы на следующие вопросы:

1. Наименование и юридический адрес предприятия, его организационно-правовая форма и форма собственности.

2. Основные виды и направления деятельности, присущие данному предприятию.

3. Что выступает в качестве объектов коммерческой деятельности данного предприятия?

4. Что включает в себя информационное обеспечение деятельности предприятия?

5. Какие основные законодательные и нормативные акты регулируют коммерческую деятельность характеризуемого предприятия?

6. С какими субъектами коммерческой деятельности взаимосвязано данное предприятие в процессе деятельности на рынке товаров и услуг?

7. Каким видам риска подвергается предприятие при осуществлении коммерческой деятельности в условиях рынка?

8. Каковы причины возникновения и пути снижения степени коммерческих рисков?

В случае, когда у студентов отсутствует доступ к сбору и обработке информации, необходимой для характеристики конкретного

предприятия, выступающего в качестве субъекта коммерческой деятельности, студенты дают краткую характеристику домашнему хозяйству (потребителям) как субъекту коммерческой деятельности.

*Методические указания к выполнению первой части
практического задания*

1. *Основные формы собственности предприятий:* частная (индивидуальная, партнерская, корпоративная), государственная, муниципальная, кооперативная.

Организационно-правовые формы предприятий: 1) индивидуальные торговые предприятия могут функционировать в следующих формах: индивидуальные, семейные и частные предприятия; 2) хозяйственные товарищества и общества: партнерские (полное и командитное товарищество, общество с ограниченной и дополнительной ответственностью); корпоративные предприятия могут создаваться в форме ООО, ЗАО, дочерние и зависимые общества.

2. *Основными видами и направлениями деятельности,* присущими предприятию, являются: производственная деятельность, розничная и оптовая торговля, коммерческо-посредническая деятельность, деятельность по оказанию услуг и т.д.

3. *Объектами коммерческой деятельности* являются предметы, созданные для обмена, обладающие меновой и потребительной стоимостью. К ним относят: потребительские товары и товары производственного назначения, ценные бумаги, недвижимость, информацию, результаты интеллектуальной деятельности (патенты, лицензии, произведения науки и литературы и др.).

4. *Информационное обеспечение* коммерческой деятельности – система сбора, обработки данных, позволяющих изучить ситуацию на рынке товаров и услуг в статике и динамике, измерить влияние определяющих ее факторов и выявить возможности управления ею в соответствии с выбранным стратегическим направлением.

Коммерческую информацию по содержанию подразделяют на пять основных групп:

- информация о потребителях и мотивах их покупок;
- информация о товаре;
- информация о конкурентной среде;
- информация о конъюнктуре рынка;

– информация о потенциальных возможностях торговой фирмы.

Коммерческая информация может быть получена на основе первичных и вторичных данных. *Первичные данные* получаются в результате специально проведенных для решения конкретной проблемы полевых маркетинговых исследований; их сбор осуществляется путем наблюдений, опросов, экспериментальных исследований, а также в результате устных бесед со специалистами в процессе деловых контактов, переговоров.

Под *вторичными данными* понимаются данные, собранные ранее из внутренних и внешних источников информации. К *внутренним* вторичным источникам получения коммерческой информации относятся данные статистической и бухгалтерской отчетности торгового предприятия, а также оперативного учета результатов коммерческой работы и др. К *внешним* источникам вторичной информации относятся: данные государственной статистики; статистическая информация и результаты ее обработки, публикуемая министерствами и ведомствами; материалы обследования домашних хозяйств, периодической печати; платная информация коммерческих исследовательских организаций и др.

5. *Основными законодательными и нормативными актами*, регулирующими коммерческую деятельность предприятия, являются: «Гражданский кодекс РФ», Закон о защите прав потребителей, «Правила торговли», федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», ведомственные нормативные акты по вопросам организации торговли на своей территории и по контролю над торговой деятельностью и др.

6. *Субъекты коммерческой деятельности (участники)* – юридические и физические лица, наделенные правом совершения коммерческой деятельности. В качестве субъектов могут выступать: производители продукции; представители производителей, поставщиков и торговые посредники; потребители, субъекты, осуществляющие регулирование торговой деятельности и контроль за ней и др.

7–8. *Коммерческий риск* – это угроза, опасность возникновения ущерба, т.е. риск, возникающий при любых направлениях коммерческой деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми

операциями, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов.

По причине возникновения *риски* могут быть:

– риски, связанные с невыполнением обязательств по договору: недопоставка продукции; передача товаров в ассортименте, не соответствующем договору; поставка некачественного и некомплектного товара; просрочка поставки и т.д.;

– риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами: погодные условия, землетрясения, наводнения и др.;

– риски, связанные с недобросовестностью коммерческих работников: передача сотрудниками фирмы коммерческой информации конкурентам,

– финансовые риски – это прямой ущерб, связанный с инфляцией, непредусмотренными платежами, выплатой штрафов, уплатой дополнительных налогов, потерей денежных средств и ценных бумаг, неоплате покупателями поставленной продукции и т.д.

Высокая степень риска проекта приводит к необходимости поиска путей ее искусственного снижения. В практике управления проектами применяют следующие *способы снижения риска*:

– диверсификацию;

– распределение риска между участниками проекта (передача части риска соисполнителям);

– страхование;

– хеджирование;

– резервирование средств;

– покрытие непредвиденных расходов.

2. Конъюнктурный обзор

Студентам необходимо составить конъюнктурный обзор современного состояния торговли конкретным видом товара по своему месту жительства. В качестве товара могут выступать однородные продовольственные или непродовольственные товары, например сахар, соль, мука, мыло, гвозди и т.д.

Конъюнктурный обзор целесообразно составлять по трем основным разделам:

1. Общая оценка конъюнктуры торговли.

2. Характеристика торговли отдельными группами товаров.

3. Оценка состояния конъюнктуры торговли и разработка прогноза на будущее.

*Методические указания к выполнению второй части
практического задания*

Конъюнктурный обзор – конъюнктурная информация, отражающая все основные условия торговой деятельности организации или предприятия и особенности развития рынка отдельных групп и видов товаров.

В конъюнктурном обзоре должны быть отражены:

1. Общая оценка конъюнктуры торговли конкретным видом товара.

Соотношение спроса и предложения на товар.

Основные источники предложения товара (местные или иногородние; отечественные или импортные).

Конкуренция в предложении и в удовлетворении спроса местного населения.

Изменения, происходящие в спросе и предложении, и причинная связь их.

2. Оценка конъюнктуры современного состояния торговли данным товаром на примере конкретного предприятия (указать какого).

Соотношение спроса и предложения на товар, изменение спроса и предложения и причинная связь их.

Основные источники поступления и поставщики товара.

Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности: договорные отношения; условия поставок; согласование сроков и размеров поставок; имущественная ответственность за неисполнение условий поставок; уступки и льготные условия поставщиков; информационное сопровождение поставок.

Состояние товарных запасов, оборачиваемость в днях, своевременность пополнения, бесперебойность в торговле, ритмичность в завозе.

Качество и сертификация реализуемого товара.

Состояние розничной торговли данным товаром (постоянство в предложении, отсутствие в продаже; методы и условия продажи; услуги; рекламное сопровождение).

Конкуренция в торговле аналогичным товаром.

Меры, принимаемые торговым предприятием по активизации продажи.

Мнение покупателей о торговом обслуживании.

3. Прогнозная оценка конъюнктуры торговли на предстоящий период содержит выводы и рекомендации по следующим вопросам:

Сохранятся ли в предстоящем периоде сложившиеся тенденции?

Какие изменения предполагаются в спросе и реализации данного товара?

Какие сдвиги произойдут в уровне и структуре товарных запасов?

Какие меры активного вмешательства необходимо предпринять для активизации торговли?

Что необходимо сделать для повышения конкурентоспособности предприятия, реализующего данный товар?

На какие явления, характерные для данной конъюнктуры, следует обратить особое внимание?

Объем конъюнктурного обзора – 4–5 страниц.

При составлении конъюнктурного обзора используются следующие источники информации: внутренняя вторичная информация; внешняя информация (статистические данные, материалы обследования домашних хозяйств, периодическая печать – «Эксперт», «Конъюнктура рынка», «Спрос» и другие информационные сайты, и т.д.); первичная информация (опросы, наблюдения).

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

В этом разделе предлагается изучить наиболее актуальные темы дисциплины. Для их самостоятельного изучения рекомендуется расширенный круг источников из списка рекомендуемой литературы, дающий возможность освоить указанные темы на должном теоретическом уровне.

Темы дисциплины	Источники, рекомендуемые для самостоятельной работы
1. Предмет, содержание и задачи дисциплины «Организация коммерческой деятельности»	1, 2, 3, 12, 20, 28, 30, 35
2. Содержание коммерческой деятельности и ее реформирование с переходом на рыночную экономику	1, 4, 5, 12, 18, 21, 27, 30
3. Классификация и характеристика объектов и субъектов коммерческой деятельности	1, 2, 3, 7, 27, 29, 30
4. Изучение и прогнозирование потребностей и спроса населения	1, 5, 12, 26, 37, 30, 38, 39
5. Конъюнктура торговли	1, 4, 5, 12, 21, 24, 30
6. Коммерческая тайна и ее защита	4, 5, 13, 27, 35
7. Риск в коммерческой деятельности	3, 11, 21, 22, 26, 31
8. Психология и этика коммерческой деятельности	4, 5
9. Государственное регулирование и регламентирование коммерческой деятельности	4, 5, 6, 7, 8, 14, 19, 21
10. Организация хозяйственных связей в торговле	1, 2, 3, 7, 12, 18, 19, 25, 27, 33, 35
11. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	1, 3, 4, 5, 15, 18, 30, 35, 36
12. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	1, 4, 5, 12, 15, 18, 32, 36
13. Ярмарочная торговля	1, 5, 6, 7, 8, 19, 27, 30, 35
14. Биржевая торговля	4, 5, 11, 16
15. Аукционная торговля	1, 4, 5, 12, 18, 28, 30, 35
16. Коммерческая деятельность в розничных торговых предприятиях	1, 2, 5, 6, 8, 12, 18, 19, 27, 28, 30, 32, 35, 36, 37
17. Эффективность коммерческой деятельности	1, 5, 13, 22, 26, 28, 29
18. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности	1, 3, 13, 39
19. Международная коммерческая деятельность	1, 5, 9, 14, 35

Для самостоятельной работы студентов предлагается тестовый контроль проверки знаний по основным темам дисциплины. Тестовые задания представлены в четырех формах:

1) *Задания открытого типа* – имеют вид неполного утверждения, в котором отсутствует один элемент. Требуют сформулированного самим обучаемым ответа.

2) *Задания закрытого типа* – состоят из неполного утверждения с одной вакансией и множества элементов, один или несколько из которых являются правильными заключениями.

3) *Задания на упорядочивание* – состоят из множества неупорядоченных объектов, которые необходимо расположить в правильной последовательности.

4) *Задания на установление соответствия* – имеет вид двух групп элементов и формулировки критерия выбора соответствия. Необходимо выбрать из двух приведенных множеств объектов пары.

Тесты предполагают содержательную постановку вопросов к темам и варианты возможных ответов на них. Студентам следует выбрать те ответы, которые они считают правильными.

1. Тестовый контроль по теме «Содержание коммерческой деятельности и ее реформирование с переходом на рыночную экономику»

1. Оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли – ...

2. Основным принципом коммерческой деятельности является:

- а) удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах,
- б) соблюдение действующего законодательства,
- в) рекламно-информационное обеспечение,
- г) обобщение информации о конъюнктуре рынка.

3. К коммерческим процессам относят:

- а) транспортирование и хранение товаров,
- б) изучение и прогнозирование спроса,
- в) приемку товаров и ее документальное оформление,
- г) оказание дополнительных услуг,
- д) упаковку и расфасовку товаров.

4. К технологическим процессам в коммерции относят:

- а) оказание услуг,
- б) упаковку и расфасовку товаров,
- в) доставку товаров,
- г) изучение спроса покупателей,
- д) формирование ассортимента товаров.

5. Функциями коммерческой деятельности являются:

- а) формирование ассортимента товаров,
- б) заключение договоров с клиентами,
- в) реализация произведенной потребительской стоимости товаров,
- г) доведение предметов потребления до потребителей,
- д) организационное оформление рыночных отношений.

6. Структура коммерческой службы предприятия зависит:

- а) от основного вида деятельности предприятия,
- б) от вида реализуемой продукции,
- в) от организационно-правовой формы.
- г) от размера предприятия.

7. Соответствие между группами и видами факторов, влияющих на построение организационной структуры отделов коммерческой службы предприятия:

1. Технические	а) оснащенность транспортно-складского хозяйства
2. Экономические	б) размещение складов
	в) уровень специализации предприятия
	г) тип производства
	д) доля поставок на экспорт

8. Последовательность этапов осуществления коммерческой деятельности:

- а) выбор наиболее предпочтительных партнеров,
- б) информационное обеспечение,
- в) установление договорных отношений,
- г) определение потребности в товарах.

9. Базисом коммерческой деятельности являются:

- а) коммерческие сделки,
- б) материально-техническая база,
- в) контрактные обязательства,
- г) торговые предприятия.

10. Последовательность факторов, определяющих стратегию коммерческой деятельности предприятия:

- а) мобилизационные возможности предприятия,
- б) условия внешней среды,
- в) цели и задачи торгового предприятия,
- г) организационно-управленческая структура,
- д) показатели рынка товаров.

2. Тестовый контроль по теме «Классификация и характеристика субъектов и объектов коммерческой деятельности»

1. Продукт труда, удовлетворяющий ту или иную общественную потребность посредством купли-продажи – ...

2. Объектами коммерческой деятельности являются:

- а) страховые компании,
- б) товары,
- в) услуги,
- г) торговые дома,
- д) ярмарки.

3. Особые объекты коммерческой деятельности:

- а) услуги,
- б) информация,
- в) рабочая сила,
- г) ценные бумаги,
- д) интеллектуальная собственность.

4. Продукт труда, обладающий потребительной стоимостью, удовлетворяющий потребности населения и организаций, но, как правило, не приобретающий вещественной формы, – ...

5. В зависимости от особенностей спроса и покупательских привычек, потребительские товары подразделяются на товары:

- а) повседневного спроса,
- б) предварительного выбора,
- в) идентичные,
- г) эластичного спроса,
- д) длительного пользования.

6. Субъекты коммерческой деятельности:

- а) рабочая сила,
- б) потребительские товары,

- в) производственные предприятия,
- г) торговые дома,
- д) деньги и ценные бумаги.

7. Последовательность этапов закупочной работы на производственном предприятии:

- а) выбор поставщиков и каналов продвижения товаров,
- б) стоимостный анализ закупочной деятельности,
- в) исследование рынка сырья и материалов,
- г) установление хозяйственных связей с поставщиками,
- д) определение потребностей в материальных ресурсах.

8. Характерные черты оптовой торговли:

- а) закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей,
- б) торговля патентами, лицензиями,
- в) закупка товаров для дальнейшей перепродажи,
- г) реализация товаров непосредственно населению,
- д) закупка материальных ресурсов.

9. Посредник, в обязанности которого входят поиск и формирование сети контрагентов: продавца и покупателя, – ...

10. В состав мелкорозничной торговой сети входят:

- а) палатки,
- б) склады,
- в) супермаркеты,
- г) торговые автоматы,
- д) бутики.

11. Крупная оптово-розничная фирма, интегрированная в сферу производства и финансов, – ...

12. Организации по оказанию услуг:

- а) лизинговые,
- б) торговые дома,
- в) посреднические,
- г) оптово-розничные,
- д) прокатные.

3. Тестовый контроль по теме: «Изучение и прогнозирование потребностей и спроса населения на товары и услуги»

1. Желание или необходимость обладать (пользоваться) данным товаром (услугой), необходимым для самого воспроизводства жизни и поддержания определенного уровня жизни, – ...

2. Форма проявления той части потребностей общества в целом и его отдельных членов, которая обеспечена покупательной способностью, т. е. деньгами, – ...

3. В зависимости от намерений покупателей спрос подразделяется:

- а) на потенциальный,
- б) импульсный,
- в) периодический,
- г) реализованный,
- д) альтернативный.

4. Последовательность периодов цикла спроса:

- а) спрос опережает предложение,
- б) замедление роста,
- в) зарождение,
- г) зрелость,
- д) затухание.

5. Экономические факторы, влияющие на формирование спроса:

- а) численность населения,
- б) объем товарного предложения,
- в) национальные обычаи,
- г) уровень цен,
- д) продолжительность времени года.

6. Источники внешней информации о спросе населения:

- а) экспресс-информация,
- б) данные государственной статистики,
- в) данные бухгалтерской отчетности фирмы,
- г) ведомости инвентаризации.

7. Метод прогнозирования спроса, основанный на переносе закономерностей и тенденций прошлого на будущее, – ...

8. Чувствительность величины спроса на товары к изменению цен на эти товары или изменения доходов населения – ...

4. Тестовый контроль по теме

«Организация хозяйственных связей в торговле»

1. Организационные, коммерческие и правовые отношения, возникающие между поставщиками и покупателями при поставке товаров, – ...

2. Преимущества установления прямых хозяйственных связей:

- а) снижение цены товара,

- б) отгрузка товаров большими партиями ,
- в) замедление сроков реализации,
- г) создание узкого ассортимента,
- д) сокращение звенности товародвижения.

2. Недостатки установления прямых хозяйственных связей:

- а) увеличение числа договоров поставки,
- б) ускорение времени доставки товаров,
- в) сокращение документооборота,
- г) отгрузка товаров большими партиями,
- д) снижение товарных потерь.

3. Заказ представляет собой:

- а) документ, отражающий потребность в товарах,
- б) просьбу о замене некачественного товара,
- в) письменное обращение покупателя о заключении договора,
- г) требование на производство товаров.

4. Документ, отражающий предварительную потребность торговых предприятий в товарах, – ...

5. Письменное предложение о поставке партий товара на оговоренных условиях – ...

6. Письменное согласие со всеми условиями оферты – ...

7. Договор считается заключенным с момента:

- а) направления одной стороной другой стороне проекта договора,
- б) устной договоренности по телефону,
- в) получения стороной, направившей оферту, ее акцепта,
- г) получения копии договора по факсу.

8. В случае возникновения разногласий между сторонами при заключении договора составляется:

- а) исковое заявление,
- б) претензия,
- в) протокол разногласий,
- г) жалоба.

9. При поставках товаров сложного ассортимента к договору прилагается:

- а) счет-фактура,
- б) спецификация,
- в) сертификат,

г) ассортиментный перечень.

10. Нарушение договора поставки поставщиком предполагается существенным в случае:

- а) нарушения ассортимента товаров
- б) неоднократного нарушения сроков поставки товаров
- в) несвоевременного предоставления информации
- г) поставки товаров в ненадлежащей таре

11. Нарушение договора поставки покупателем предполагается существенным в случае:

- а) поставки товаров без сертификата
- б) неоднократного нарушения сроков оплаты товаров
- в) недопоставки товаров
- г) нарушения сроков возврата тары

5. Тестовый контроль по теме: «Коммерческая работа по оптовым закупкам и продаже товаров»

1. Оптовый или мелкооптовый товарооборот, осуществляемый торговыми предприятиями или частными лицами с целью последующей перепродажи закупленных товаров, – ...

2. Последовательность этапов закупочной работы торгового предприятия:

- а) изучение рынка поставщиков,
- б) определение потребности в товарах,
- в) изучение рынка товаров,
- г) организация и технология закупок,
- д) организация хозяйственных связей с поставщиками.

3. Последовательность этапов организационной работы по проведению оптовой ярмарки:

- а) регистрация участников,
- б) создание оргкомитета,
- в) разработка выставочного календаря,
- г) составление тематико-экспозиционного плана,
- д) разработка рекомендации на будущее.

4. Место купли-продажи конкурентоспособного товара: сельскохозяйственной продукции продовольствия – ...

5. Последовательность этапов сбытовой работы на оптовом предприятии:

- а) нахождение оптовых покупателей,
- б) организация оказания услуг клиентам,
- в) изучение рынка сбыта,
- г) выбор форм и методов продажи,
- д) учет и выполнение договоров с покупателями.

6. Основные критерии выбора клиентов для оптового предприятия:

- а) финансовое положение покупателя,
- б) форма расчетов,
- в) объем поставляемых товаров,
- г) коммуникационные условия,
- д) транспортные условия.

7. Формы оптовой продажи товаров:

- а) по личной отборке покупателем,
- б) складская,
- в) через автосклады,
- г) по образцам,
- д) транзитная.

8. Методы оптовой продажи со склада:

- а) по личной отборке покупателями,
- б) без участия в расчетах,
- в) через прилавки,
- г) через торговых агентов,
- д) самообслуживание.

9. Услуги, оказываемые оптовыми предприятиями клиентам:

- а) лабораторная оценка качества товаров,
- б) разбивка крупных партий товара на мелкие,
- в) раскрой материалов,
- г) организация детских комнат,
- д) фасовка и выкладка товаров.

6. Тестовый контроль по теме: «Коммерческая деятельность в розничных торговых организациях»

1. Последовательность этапов коммерческой работы по розничной продаже товаров:

- а) выбор эффективных методов розничной продажи товаров,

- б) изучение и прогнозирование покупательского спроса,
- в) организация оказания торговых услуг покупателям,
- г) рекламно-информационная деятельность.

2. Методы розничной продажи товаров:

- а) самообслуживание,
- б) по личной отборке товаров покупателями,
- в) по телефону, факсу,
- г) по образцам,
- д) через комнаты товарных образцов.

3. По широте охвата товаров выделяют ассортимент:

- а) простой,
- б) оптимальный,
- в) сложный,
- г) рациональный,
- д) видовой.

**4. Способность набора товаров удовлетворять спрос на од-
ни и те же товары – ... ассортимента.**

5. Последовательность этапов ЖЦТ:

- а) зрелость,
- б) рост,
- в) внедрение на рынок,
- г) устаревание.

**6. Соответствие между стадиями ЖЦТ и ассортиментной
политикой предприятия:**

1. Внедрение	а) ассортимент товаров быстро расширяется, увеличивается объем реализации, возрастает прибыль
2. Рост	б) ассортимент товаров сужается, поставщики перестают предлагать товар
3. Зрелость	г) расширение ассортимента товаров замедляется, цены снижаются, скапливаются товарные запасы
	д) ассортимент товаров ограниченный, прибыль невелика, высокие расходы по стимулированию сбыта

**7. Цели, задачи и основные направления формирования ас-
сортифта, определяемые руководством организации, – ...**

8. Соответствие между свойствами ассортимента и их характеристиками:

1. Широта	а) способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности
2. Полнота	б) способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров
3. Устойчивость	в) количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп
	г) количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп

9. Услуги, оказываемые покупателям в процессе осуществления ими покупок:

- а) консультации специалистов,
- б) доставка товаров,
- в) раскрой материала,
- г) продажа товаров в кредит,
- д) организация автостоянки.

10. Инструментом регулирования ассортимента товаров на торговом предприятии является:

- а) книга учета неудовлетворенного спроса,
- б) ассортиментный перечень,
- в) учет с помощью кассовых регистраторов путем ежедневной регистрации,
- г) материалы изучения спроса покупателей.

7. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Виноградова С. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие / С.Н. Виноградова. – Минск : Высшая школа, 2006. – 293 с.
2. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли : учебник для вузов / Л.П. Дашков. – М. : Дашков и К^о, 2006. – 699 с.
3. Осипова Л. В. Коммерческая деятельность на промышленном предприятии : учебник для вузов / Л.В. Осипова. – 3-е изд., доп. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2005 – 254 с.
4. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К^о, 2006. – 503 с.

5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность : учебник для вузов. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 248 с.

Нормативные документы

6. О защите прав потребителей : закон РФ от 07.02.1992г. № 2300-1 в редакции от 09.01.1996 г.

7. Гражданский кодекс РФ. – М. : «Маркетинг», 2000. – 571 с.

8. Правила торговли в РФ. – М. : Глобус, 2005. – 57 с.

9. Новый «Инкотермс»: международные правила толкования торговых терминов / из публикации МТП № 560, сентябрь 1999 г. – М. : Омега – Л, 2004.

10. О коммерческой тайне : закон РФ от 29 июля 2004 г.

11. О товарных биржах и биржевой торговле : закон РФ от 20 февраля 1992 г. № 2383-1 (с изменениями от 24 июня 1992 г., 30 апреля 1993 г., 19 июня 1995 г., 21 марта 2002 г.)

Дополнительная литература

13. Абчук В. А. Коммерция : учебник / В.А. Абчук. – СПб. : Изд-во В.А. Михайлова, 2003. – 345 с.

14. Альбеков А. У., Согомоян С. А. Экономика коммерческого предприятия / А.У. Альбеков, С.А. Согомоян. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 312 с.

15. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело : учебник для вузов. – М. : «Банки и биржи», ЮНИТИ, 2003. – 214 с.

16. Голиков Е.А. Оптовая торговля : учеб.- практ. пособие / Е.А. Голикова. – М. : Экзамен, 2004. – 270 с.

17. Дегтярева О.И. Биржевое дело : учебник для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 634 с.

18. Дашков Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: Коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков. – М.: Дашков и К^о, 2004. – 1047 с.

19. Егоров В.Ф. Организация торговли : учебник для вузов / В.Ф. Егоров. – СПб. : Питер, 2004. – 344 с.

20. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса : учебник для вузов / Н.Ю. Круглова. – М. : «Рус. деловая лит.», 2003. – 527 с.

21. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм) : учебник / под ред. О. А. Новикова, В. В. Щербакова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 314 с.
22. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке / под ред. А.В. Зырянова. – Екатеринбург : РИФ «Солярис», 1995. – 345 с.
23. Крепкий Л.М. Организация коммерческого успеха. Советы специалиста / Л.М. Крепкий – М. : Экономика, 1999. – 327 с.
24. Лесохин В.В. Информационные технологии в коммерческой деятельности : учебное пособие / В. В. Лесохин. – М.: Изд-во МГУП «Мир книги», 1997. – 218 с.
25. Маклаков Г.В. Теоретические основы коммерческой деятельности : учебное пособие. – Новосибирск : СибУПК, 1997. – 37 с.
26. Михайлова О.И. Управление коммерческими сделками. – М. : Изд. дом «Дашков и К°», 2002. – 245 с.
27. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности : учебник для вузов / под ред. О.Э. Башиной, А.А. Спирина. – 5-е изд., доп. и перераб. – М. : Финансы и статистика, 2006/2007. – 440 с.
28. Организация коммерческой деятельности : справочное пособие / под общ. ред. С.Н. Виноградовой. – Минск : Высшая школа, 2000. – 464 с.
29. Пигунова О.В., Аниськова О.Г. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. – М. : Маркетинг, 2002. – 220 с.
30. Плоткин Б.К. Информационное обслуживание коммерческой деятельности : учебное пособие / Б.К. Плоткин. – СПб. : Изд. СПб ГУ-ЭФ, 2002. – 136 с.
31. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник для вузов. – М. : Инф-внедрен. центр «Маркетинг», 2001. – 499 с.
32. Раицкий, К.А. Экономика предприятия: учебник для вузов / К.А. Раицкий. – М. : Экономика, 2004. – 472 с.
33. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание и гостиничное хозяйство. – М. : Наука, 1999.

34. Стратегическое планирование / под ред. Э.А. Уткина. – М. : ЭКМОС, 1998.
35. Таловский А.И. Рынок потребительских товаров региона: состояние и перспективы условия глобализации / А.И. Таловский – Томск, 2005. – 179 с.
35. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация : учебник / под общей ред. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 560 с.
36. Щур Д.Л. Основы торговли: оптовая торговля / Д.Л. Щур. – М. : ДИС, 1999. – 321 с.
37. Щур Д.Л. Основы торговли: розничная торговля / Д.Л. Щур, Л. В. Труханович. – М. : ДИС, 1999. – 420 с.
38. Экономика торгового предприятия: торговое дело : учебник для вузов / авт.: Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, Б.Л. Межиров и др; под ред. Л.А. Брагина. – М. : Инфра - М, 2006. – 313 с.
39. Экономический анализ в торговле : учеб. пособие для вузов / под ред. М.И. Баканова. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 397 с.

Содержание

1. Общие положения.....	3
2. Объем дисциплины и виды учебной работы по срокам и формам обучения	5
3. Содержание дисциплины	6
4. Методические указания к выполнению контрольной работы	17
5. Задания контрольной работы.....	20
5.1. Теоретические задания контрольной работы.....	20
5.2. Практические задания контрольной работы	24
6. Самостоятельная работа студентов.....	29
7. Список рекомендуемой литературы	40

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Программа, методические указания и задания контрольной
и самостоятельной работс

Редактор Л.Н. Матусенкова

Компьютерная вёрстка О.А. Андрияновой

Лицензия ИД № 01102 от 01.03.2000

Подписано в печать 18.09.2008. Формат 60x84/16. Бумага офсетная.
Тираж 200 экз. Печ. л. 3. Уч.-изд. л. 2,79. Изд. № 54. Заказ № 669.

Типография Сибирского университета потребительской кооперации.
630087, Новосибирск, пр. К. Маркса, 26.