

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение менеджмента



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Коммерческая деятельность Б3.Б.5

Направление подготовки: 100700.62 - Торговое дело

Профиль подготовки: Коммерция

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Хаметова Н.Г.

Рецензент(ы):

Сайдашева В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение менеджмента):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 810888314

Казань

2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Хаметова Н.Г. кафедра маркетинга Отделение менеджмента, NGHametova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель - овладение студентами системой базовых понятий и определений в области коммерческой деятельности, применительно для сферы услуг, в частности, оптовой и розничной торговли, с использованием инновационных методов

Задачи - изучение терминологии и освоение базовых основ коммерческой деятельности применительно к сфере товарного обращения:

- освоение содержания коммерческой деятельности и сущности коммерческой системы;
- рассмотрение коммерческих связей, концепции товаров и услуг, циклов бизнеса;
- ознакомление будущих специалистов с организационными формами управления и технологией внутрифирменного планирования коммерческой деятельности;
- изучение теории и практики предпринимательской деятельности в сфере оптовой и розничной торговли;
- овладение студентами организационными подходами, методами и правилами организации и управления продажами и сервисом обслуживания потребителей.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.Б.5 Профессиональный" основной образовательной программы 100700.62 Торговое дело и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2 курсе, 4 семестр.

Программа дисциплины "Коммерческая деятельность" составлена в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования третьего поколения по направлению 100700.62 "Торговое дело".

Изучению коммерческой деятельности предшествует изучение дисциплин "Математика", "Статистика", "Основы менеджмента" и "Экономическая теория".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-8 (общекультурные компетенции)	осознанием сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией.
ПК-16 (профессиональные компетенции)	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
ПК-17 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- структуры и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач в сфере торгово-посреднического бизнеса;
- планирование и организацию коммерческой деятельности предприятия торговли;
- методы осуществления коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;
- технологии организации и управления продажами и сервисом обслуживания в сфере торговли;
- формирование конкурентоспособного ассортимента в соответствии с позицией и форматом торгового предприятия;
- государственное регулирование и регламентацию предпринимательской деятельности в сфере оптовой и розничной торговли.

2. должен уметь:

- организовывать и планировать закупку и сбыт товаров в целях удовлетворения запросов потребителей и получения прибыли;
- поиск и выбор наилучшего партнера среди поставщиков и покупателей для осуществления процесса купли-продажи;
- организовать и управлять продажей-сбытом и сервисом в сфере торгово-посреднического бизнеса;
- прогнозировать и вести оперативный учет рыночных изменений и факторов, влияющих на коммерческую деятельность и запросы потребителей;
- формировать позитивную атмосферу продажи товаров/услуг, активно ее стимулировать и поддерживать связь с общественностью;
- принимать обоснованные решения в ситуациях, реально приближенных к действительности.

3. должен владеть:

Овладеть опытом применения наиболее действенных способов повышения эффективности маркетинговой деятельности, включая проблемы социально-экономического характера. Владеть и разбираться в проблемах организации маркетинговой и рекламной деятельности, управлять мотивацией покупателей, формировать устойчивое положительное мнение о коммерческой деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы) 216 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 4 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика	4		4	6	0	устный опрос домашнее задание
2.	Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке	4		4	6	0	домашнее задание устный опрос
3.	Тема 3. Организация коммерческих связей и закупочная деятельность	4		4	6	0	презентация устный опрос
4.	Тема 4. Оптовая торговля	4		5	8	0	домашнее задание контрольная точка устный опрос
5.	Тема 5. Управление и внутрифирменное планирование коммерческой деятельности	4		4	6	0	презентация устный опрос
6.	Тема 6. Розничная торговля	4		4	6	0	домашнее задание устный опрос
7.	Тема 7. Формирование ассортимента и маркетинговая характеристика товара	4		5	8	0	устный опрос домашнее задание
8.	Тема 8. Организация и управление продажами и сервисом обслуживания	4		6	8	0	контрольная работа домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	экзамен
	Итого			36	54	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Субъекты коммерческой деятельности, их классификация. 2. Товар как основной объект коммерческой деятельности. 3. Услуги как один из объектов коммерческой деятельности. 4. Коммерческие связи на рынке товаров и услуг.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Субъекты коммерческой деятельности, их классификация. 2. Товар как основной объект коммерческой деятельности. 3. Услуги как один из объектов коммерческой деятельности. 4. Коммерческие связи на рынке товаров и услуг.

Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. 2. Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения. 3. Формы кооперации в торговле. 4. Риск в торгово-посредническом бизнесе и его виды.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. 2. Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения. 3. Формы кооперации в торговле. 4. Риск в торгово-посредническом бизнесе и его виды.

Тема 3. Организация коммерческих связей и закупочная деятельность

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Сущность коммерческих связей и принципы их формирования. 2. Стратегия и тактика закупочной деятельности в торгово-посредническом бизнесе. 3. Поиск и выбор торговых марок (изготовителей). 4. Коммерческие переговоры, заключение и исполнение договоров.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Сущность коммерческих связей и принципы их формирования. 2. Стратегия и тактика закупочной деятельности в торгово-посредническом бизнесе. 3. Поиск и выбор торговых марок (изготовителей). 4. Коммерческие переговоры, заключение и исполнение договоров.

Тема 4. Оптовая торговля

лекционное занятие (5 часа(ов)):

1. Оптовая торговля, ее сущность и основные функции. 2. Классификация торговых посредников и оптовых структур. 3. Организационные формы управления оптовой торговлей. 4. Оптовые рынки, специфика биржевой, ярмарочно-выставочной и аукционной торговли.

практическое занятие (8 часа(ов)):

1. Оптовая торговля, ее сущность и основные функции. 2. Классификация торговых посредников и оптовых структур. 3. Организационные формы управления оптовой торговлей. 4. Оптовые рынки, специфика биржевой, ярмарочно-выставочной и аукционной торговли.

Тема 5. Управление и внутрифирменное планирование коммерческой деятельности

лекционное занятие (4 часа(ов)):

практическое занятие (6 часа(ов)):

Тема 6. Розничная торговля

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Проведение дискуссии на тему Поведение потребителей в процессе продажи и выбора товара, их взаимоотношения с обслуживающим персоналом магазина.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Проведение дискуссии на тему Поведение потребителей в процессе продажи и выбора товара, их взаимоотношения с обслуживающим персоналом магазина.

Тема 7. Формирование ассортимента и маркетинговая характеристика товара

лекционное занятие (5 часа(ов)):

1. Образ товара и его потребительская, социальная и психологическая ценность. 2. Оценка конкурентоспособности и позиции товара на рынке, его маркетинговая характеристика. 3. Формирование торгового ассортимента, его структура, основные параметры и тип. 4. Категорийный менеджмент основных и модных товаров. 5. Собственные торговые марки, их роль и функции.

практическое занятие (8 часа(ов)):

1. Образ товара и его потребительская, социальная и психологическая ценность. 2. Оценка конкурентоспособности и позиции товара на рынке, его маркетинговая характеристика. 3. Формирование торгового ассортимента, его структура, основные параметры и тип. 4. Категорийный менеджмент основных и модных товаров. 5. Собственные торговые марки, их роль и функции.

Тема 8. Организация и управление продажей и сервисом обслуживания

лекционное занятие (6 часа(ов)):

1. Мерчандайзинг в торгово-посредническом бизнесе, его основные стадии и философия. 2. Визуальный мерчандайзинг, проектирование торгового пространства и сервисный пейзаж магазина. 3. Товарный мерчандайзинг, организация торговых комплексов и расположение товара в торговом зале и на полках оборудования. 4. Торговая реклама, ее виды и эффективность. Стимулирование продаж и персонала. 5. Организация атмосферы продаж, ее основные элементы и их роль в торговом бизнесе. 6. Сервис обслуживания, его основные стадии и жизненный цикл услуги. Классификация торговых услуг. 7. Профессиональная этика и этикет. Кодекс коммерсанта и защита прав потребителей.

практическое занятие (8 часа(ов)):

1. Мерчандайзинг в торгово-посредническом бизнесе, его основные стадии и философия. 2. Визуальный мерчандайзинг, проектирование торгового пространства и сервисный пейзаж магазина. 3. Товарный мерчандайзинг, организация торговых комплексов и расположение товара в торговом зале и на полках оборудования. 4. Торговая реклама, ее виды и эффективность. Стимулирование продаж и персонала. 5. Организация атмосферы продаж, ее основные элементы и их роль в торговом бизнесе. 6. Сервис обслуживания, его основные стадии и жизненный цикл услуги. Классификация торговых услуг. 7. Профессиональная этика и этикет. Кодекс коммерсанта и защита прав потребителей.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика	4		подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
2.	Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке	4		подготовка домашнего задания	5	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Организация коммерческих связей и закупочная деятельность	4		подготовка к презентации	6	презентация
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
4.	Тема 4. Оптовая торговля	4		подготовка домашнего задания	5	домашнее задание
				подготовка к контрольной точке	4	контрольная точка
				подготовка к устному опросу	3	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Управление и внутрифирменное планирование коммерческой деятельности	4		подготовка к презентации	6	презентация
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
6.	Тема 6. Розничная торговля	4		подготовка домашнего задания	5	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
7.	Тема 7. Формирование ассортимента и маркетинговая характеристика товара	4		подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
8.	Тема 8. Организация и управление продажами и сервисом обслуживания	4		подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
				подготовка к контрольной работе	5	контрольная работа
Итого					90	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Процесс изучения дисциплины "Коммерческая деятельность" включает в себя проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом.

При изложении лекционного материала преподавателю рекомендуется использовать презентации в программе Power Point, электронный планшет, фрагменты видеоматериалов по теме лекции. Промежуточным контролем знаний студентов в течение и обучения являются контрольные работы по ключевым темам читаемой дисциплины. Особое место при чтении курса занимают практические занятия. На практических занятиях при освоении новой темы студентам выдаются задания, направленные на закрепление практических навыков в данной предметной области. За выполнение задания студентам выставаются баллы. В конце семестра набранные баллы суммируются, студенты пишут контрольный тест на проверку закрепления практических знаний и умений, балл по которым также прибавляется к общему количеству баллов по текущему внутрисеместровому контролю (согласно балльно-рейтинговой системе оценки знаний). Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе - самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций лидеров коммерческой деятельности России и ведущих российских и зарубежных компаний. Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение Интернет-ресурсов;

- выполнение самостоятельной работы;
- индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам;

Формой итогового контроля знаний студентов является экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения и составления стратегических планов коммерческой деятельности, выполняемых коммерсантами.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности торгово-посредническими предприятиями на рынке товаров и услуг.
2. Организация и развитие коммерческой деятельности в условиях рыночной экономики на современном этапе.
3. Коммерческая система в сфере товарного обращения.
4. Содержание коммерческой деятельности, ее основные принципы, цели и задачи.
5. Инфраструктура рынка и торговой зоны, оценка привлекательности предпринимательского климата.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение коммерческой деятельности и охарактеризуйте содержание коммерческой работы в сфере торгово-посреднического бизнеса.
2. Определите основные направления развития коммерческой деятельности и назовите главные задачи коммерческой работы в современных условиях.
3. В чем различие и идентичность понятий коммерция и предпринимательство.
4. Тожественны ли, по вашему мнению, понятия торговля и коммерция.
5. Сформулируйте основные принципы коммерческой деятельности.
6. Какие существуют виды процессов и операций, составляющих содержание коммерческой деятельности и осуществляемых в сфере товарного обращения.
7. В чем заключается связь коммерции с маркетингом.
8. Какова роль и ответственность коммерции в рыночной экономике. Выделите ее положительные и отрицательные стороны.
9. Определите место и роль коммерческой системы в экономическом кругообороте ресурсов, дайте классификацию субъектов и объектов коммерческой деятельности.
10. На конкретном примере обоснуйте основные направления торгово-посреднической деятельности и выделите комплекс услуг, оказываемых посредниками продавцам и покупателям.

Тема 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров в сфере торгово-посреднического бизнеса.
2. Торговые коммерческие структуры, их виды, функции и организационное построение.
3. Коммерческий риск и способы его снижения.
4. Роль и задачи коммерческой работы на современном этапе.
5. Система показателей анализа эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Перечислите основные формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке, их технологию осуществления и эффективность.
2. Какова роль торгово-посреднических структур в сфере оптовой торговли?
3. Объясните основные особенности торгово-посреднических операций, проводимых дистрибьюторами и дилерами на рынке.
4. В чем заключается сущность коммиссионной и консигнационной форм продажи товаров?
5. Составьте список услуг, осуществляемых торгово-посредническими структурами для своих потребителей.
6. В чем особенности развития торгово-посреднических структур до и после перестроечного периода, и какие функции они осуществляют?
7. В чем заключается различие вертикальных и горизонтальных форм кооперации в торговле?
8. Какие формы франчайзинга встречаются в сфере торгово-посреднического бизнеса? Перечислите их преимущества и недостатки.

Тема 3. Организация коммерческих связей и закупочная деятельность

презентация , примерные вопросы:

1. Сущность коммерческих связей и принципы их формирования. 2. Концепция коммерческих услуг, классификационные признаки. 3. Стратегия и тактика маркетинга в коммерции. 4. Регулирование хозяйственных связей между поставщиками и покупателями в сфере торгово-посреднического бизнеса. 5. Основные формы торговли на рынке, их роль и отличительные особенности. 6. Риск в коммерческой деятельности, его формы и программы управления рисками.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение понятия хозяйственных связей в торговле. 2. Как регулировались хозяйственные связи между поставщиками и покупателями до рыночной перестройки в сфере торгово-посреднического бизнеса? 3. Каким правовым актом регулируются хозяйственные взаимоотношения между поставщиками и покупателями товаров? 4. Раскройте классификационные признаки коммерческих связей и их основную концепцию. 5. Какова роль договора поставки в регулировании хозяйственных связей в торговле? 6. Какой существует порядок решения преддоговорных споров между поставщиками и покупателями? 7. Назовите основные (базовые) условия договора поставки. 8. Как устанавливаются в договоре количество и ассортимент товаров? 9. Какой порядок поставки товаров может быть предусмотрен в договоре? 10. В чем состоит сущность прямых хозяйственных связей покупателей с поставщиками и их эффективность? 11. Как изменилась роль заявок при организации хозяйственных связей в рыночных условиях? 12. В чем заключается имущественная ответственность сторон за нарушение обязательств, предусмотренных договором и законодательством? 13. Какой существует порядок установления цен и расчетов за поставленную продукцию в сфере торгово-посреднического бизнеса? 14. Как решаются вопросы качества, комплектности, упаковки и маркировки товаров в договоре поставки?

Тема 4. Оптовая торговля

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Социально-экономическая сущность оптовой торговли. 2. Организационные формы управления оптовой торговлей. 3. Формы и методы оптовой продажи товаров и условия их применения. 4. Оптовые торговые услуги и их роль в деятельности оптовых структур. 5. Специфика биржевой, ярмарочно-выставочной и аукционной торговли.

контрольная точка , примерные вопросы:

1. К оптовой торговле относится деятельность субъектов рынка по продаже крупными партиями: а) розничным торговцам; б) промышленным и коммерческим торговцам; в) оптовым торговцам для профессионального использования; г) населению для личного потребления и домашнего использования. 2. Выберите правильное определение оптовой торговли: а) совокупность экономических, правовых, организационных взаимоотношений между субъектами рынка в процессе обмена; б) отрасль товарного обращения, участники которой реализуют продукцию крупными партиями для продажи, перепродажи в целях профессионального использования; в) целостная динамичная система рыночного механизма, нацеленная на продажу товаров населению; г) вид деятельности, направленный на выявление рыночного спроса и своевременное его удовлетворение. 3. В процессе оптовой торговли должны соблюдаться следующие принципы: а) безопасность производства; б) создание резервной основы для сбалансирования спроса и предложения; в) формирование рыночной инфраструктуры; г) создание гибкой системы финансово-ценовых регуляторов. 4. Справедливо ли приведенное ниже утверждение: ?Структура оптовой торговли включает торговлю исключительно средствами производства?? а) да; б) нет. 5. Оптовая торговля характеризуется следующими классификационными признаками: а) широтой товарного ассортимента; б) степенью кооперации и формами сбыта; в) культурой организации и сервисом; г) качеством продаваемой и доставляемой продукции. 6. Согласны ли вы с данным утверждением: ?Лицензирование оптовой торговли на месте осуществляется лицензионными палатами или органами исполнительной власти субъектов Федерации?. а) да; б) нет. 7. Установите последовательность следующих основных разделов договора купли-продажи: а) обязанности продавца, покупателя; б) ответственность сторон, прочие условия, форс-мажорные обстоятельства; в) предмет договора, цена товара, тара и упаковка; г) дополнительные условия разрешения споров, срок действия договора. 8. Предметом договора бартера является: а) обмен эквивалентными по стоимости товарами и услугами; б) обмен одного товара на другой, причем обмениваемые товары могут быть как равноценными, так и неравноценными; в) продавец продает в собственность, а покупатель принимает и оплачивает товар в количестве, предусмотренном в договоре; г) поставщик-продавец обязуется передать покупателю по оговоренной цене контракт на куплю-продажу зерна в отдаленной перспективе. 9. Биржевая торговля осуществляется в рамках организованного рынка в целях: а) продажи массовых однородных товаров, количественно сравнимых и взаимозаменяемых; б) продажи крупных партий цветных металлов, зерна в соответствии с установленными стандартами партии поставки (лота); в) продажи уникальных товаров, предметов антиквариата, произведений искусства; г) продажи валютных кредитов для выполнения государственного заказа. 10. Технология проведения гласного аукциона включает: а) объявление аукционистом минимальной цены на товар для дальнейшего ее повышения до окончательной цены покупки (трехкратный удар молотка ? Продано?); б) объявление аукционистом максимальной цены на товар для дальнейшего ее понижения до окончательной цены покупки (трехкратный удар молотка ? Продано?); в) объявление аукционистом о конкурсной продаже национальной валюты за свободно конвертируемую валюту, имеющую покупательский спрос в стране; г) мимику, жесты, записки, подаваемые аукционисту по установленным правилам, имя покупателя остается втайне.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Что представляет собой оптовая торговля, ее классификационные признаки и прогрессивные формы? 2. Перечислите принципы маркетинга, которые необходимо использовать при организации оптовой торговли. 3. На какие части (этапы) можно подразделить коммерческую работу по оптовой продаже товаров? 4. В чем состоит содержание договора купли-продажи товаров между оптовым предприятием и потребителями? 5. В чем состоит содержание договора купли-продажи товаров между оптовым предприятием и потребителем? 6. Назовите формы оптовой продажи товаров. 7. Объясните сущность оптовых торговых услуг, их необходимость и развитие. 8. Какие отличительные черты характеризуют биржевую торговлю? 9. В чем состоит содержание выставочной услуги? 10. Какова специфика публичных торгов в форме аукциона? 11. Как организуется продажа товаров на оптовых рынках и ярмарках?

Тема 5. Управление и внутрифирменное планирование коммерческой деятельности
презентация , примерные вопросы:

1. Содержание, формы и методы стратегического планирования. 2. Оперативный план ? основной инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности. 3. SWOT-анализ конкурентоспособности предприятия торговли и оценка его шансов на успех. 4. Размещение предприятия, выбор целей, концепции и стратегии его деятельности. 5. Матрица стратегий и их использование в сфере торгово-посреднического бизнеса. 6. Система государственного регулирования рыночного хозяйства.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Раскройте содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности в сфере торгово-посреднического бизнеса. 2. Какие основные этапы внутрифирменного планирования являются основополагающими для предприятия торговли? 3. На конкретном примере работы торгового предприятия обоснуйте стратегию его бизнеса с учетом формата и позиционирования на рынке. 4. Охарактеризуйте цели, задачи и основные этапы разработки стратегического плана торговой организации с учетом формата и позиционирования на рынке. 5. Что такое бизнес-план? В каких целях администрация предприятия должна его разрабатывать? Раскройте содержание его основных разделов. 6. В чем состоит необходимость государственного регулирования рыночной экономики? Перечислите элементы системы государственного регулирования на макро- и микроуровне. 7. Раскройте содержание методов прямого и косвенного регулирования рыночной экономики. Укажите, в каких случаях использование государственного механизма фиксированных цен способствует коммерческому успеху. 8. Что вы можете сказать об оперативном плане, как основном инструменте планирования коммерческой деятельности в сфере торгово-посреднического бизнеса? 9. Для чего нужен SWOT-анализ и почему его должен знать каждый предприниматель?

Тема 6. Розничная торговля

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Розничная торговля как основная сфера коммерческой деятельности, ее роль и основные функции. 2. Маркетинг как инструмент розничной торговли. 3. Организация и технология розничной продажи товаров. 4. Характеристика коммерческой деятельности разных форм розничной торговли. 5. Меры по государственному регулированию и регламентации розничной торговли и улучшению торгового обслуживания. 6. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.

устный опрос , примерные вопросы:

1. В чем заключается сущность розничной торговли? Перечислите ее основные функции в современных условиях. 2. Если бы вы стали директором магазина, какую бы маркетинговую программу его развития с учетом позиции и формата могли бы предложить? 3. Чем отличается розничная торговля и ее методы продажи от методов оптовой торговли? 4. Укажите основные и вспомогательные бизнес-операции торгово-технологического процесса, осуществляемые в магазине. 5. Перечислите основные стадии торгового сервиса и состав услуг каждой из них. 6. Назовите классификационные признаки розничной торговли и дайте характеристику этим признакам. 7. Какие компоненты составляют систему стимулирования в розничной торговле? 8. Что вы знаете об организации атмосферы продаж в магазине? Назовите ее основные элементы. 9. Дайте характеристику форм и методов розничной торговли, оцените их эффективность.

Тема 7. Формирование ассортимента и маркетинговая характеристика товара

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Маркетинговая характеристика товара и ее значение в сфере торгово-посреднического бизнеса. 2. Планирование и организация сбыта товаров. 3. Цена и ценообразующие факторы, состав продажной (розничной) цены. 4. Управление товарным запасом и его влияние на торговый ассортимент. 5. Управление товарной номенклатурой и контроль за качеством товаров. 6. Формирование ассортимента магазина и факторы его обуславливающие. 7. Товарный мерчандайзинг и его роль в сфере торгово-посреднического бизнеса.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Перечислите основные факторы, оказывающие влияние на ассортимент магазина. 2. Что означает категорийный менеджмент? Поясните на примере. 3. Рассмотрите механизм формирования ассортимента предприятия торговли. 4. Какие методы формирования цены применяют торговые предприятия в условиях рынка? 5. Поясните принципиальные различия в подходах к ценовой политике для основных и модных товаров. 6. Как влияет глубина и широта ассортимента на поиск товара покупателями? 7. Как происходит процесс формирования торгового ассортимента на складах и в магазинах? 8. Объясните роль товарных запасов в обеспечении устойчивости товарного ассортимента. 9. Опишите образ товара, его жизненный цикл и позиционирование на рынке.

Тема 8. Организация и управление продажей и сервисом обслуживания

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Социальные, этические и правовые аспекты торговли основными и модными товарами. 2. Теоретические и практические аспекты мерчандайзинга в сфере торгово-посреднического бизнеса. 3. Роль персональной продажи в коммерческой деятельности. 4. Психология продаж, почему люди покупают. 5. Оценка ?образа? магазина и товаров, их имидж на рынке. 6. Жизненный цикл товара и моды, их взаимосвязь.

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Какие этапы включает в себя процесс покупки товара? 2. Как ритейлеры могут воздействовать на выбор товара потребителем? 3. Что означают понятия ?культура торговли?, ?культура потребления? и для чего нужно знать покупательский спрос? 4. Что означает для вас торговля модными товарами и чем она отличается от торговли товарами массового спроса? 5. Роль персональной продажи и обслуживания в сфере торгово-посреднического бизнеса. 6. Назовите основные элементы маркетинга модного и основного товара. 7. Поясните, каким образом мерчандайзинг может повлиять на процесс продажи товаров? 8. Что вы знаете о визуальном мерчандайзинге? Опишите сервисный пейзаж? магазина. 9. Объясните, где и в каком месте торгового зала магазина покупателям легче найти дорогие или, наоборот, дешевые товары?

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Изучение дисциплины "Коммерческая деятельность" осуществляется на основе проведения лекционно-семинарских занятий, выполнения контрольных работ и завершаются сдачей экзамена.

Указания по разделам курса

Раздел 1. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристики

Изучение данной темы необходимо начать с усвоения базовых определений и понятий в сфере торгово-посреднического бизнеса и, в частности, уяснить для себя, что является субъектом и объектом коммерческой деятельности, а также узнать их виды и объективные характеристики.

В процессе изучения следует обратить внимание на содержание ФЗ РФ в области предпринимательства и малого бизнеса. Важно понять основную сущность, цели и задачи торгово-посреднического бизнеса и относиться к нему как к системе, состоящей из различных и взаимосвязанных частей (каждая из которых вносит свой определенный вклад в систему отношений).

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы условия развития торгово-посреднического бизнеса в России?
2. Назовите основные проблемы и трудности развития предпринимательства в сфере коммерции.
3. В каких документах изложены правовые вопросы, касающиеся коммерческого предпринимательства и торгово-посреднического бизнеса?
4. Почему молодому специалисту необходимо знать организационно-правовые формы функционирования коммерческих предприятий?

5. Обоснуйте с коммерческих позиций, какие организационно-правовые формы ведения бизнеса наиболее предпочтительны для малого предпринимательства?
6. Дайте полную характеристику товара и услуги как главных объектов коммерческой деятельности.

Раздел 2. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке

Рассматривая данную тему необходимо обратить внимание на тот факт, что Гражданский кодекс закрепил существование различных организационно-правовых форм хозяйствования в сфере торгово-посреднического бизнеса.

В процессе изучения студенты должны усвоить: основные понятия, признаки, формы кооперации и их функции, а также понятия, технологии, преимущества и недостатки прямых и опосредованных форм взаимодействия продавца и покупателя на рынке.

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите основные организационно-правовые формы хозяйствования в сфере торгово-посреднического бизнеса.
2. Перечислите основные факторы, оказывающие влияние на выбор:
 - организационно-правовых форм хозяйствования в сфере бизнеса;
 - форм взаимодействия продавца и покупателя на рынке.
3. Что представляют собой силы конкуренции? Перечислите основные виды конкуренции, имеющие место в сфере торгово-посреднического бизнеса.
4. Что вы знаете о зоне влияния магазина и факторах, оказывающих влияние на ее размер и бизнес-среду?
5. Перечислите основные признаки качества торговой сети.

Раздел 3. Организация коммерческих связей и закупочная деятельность

Анализируя систему коммерческих связей торгово-посреднического бизнеса, важно понять значение договорной работы в процессе закупочной деятельности и поближе познакомиться с различными видами договоров и их содержанием.

Можно утверждать, что коммерческие услуги, возникающие между продавцом и покупателями с посредниками, воплощают в себе в определенном смысле уровень развития современного общества и, в частности, в России.

Вопросы для самоконтроля

1. Что представляют собой коммерческие связи? Обоснуйте их концепцию и содержание.
2. Какие виды услуг обеспечивают продвижение товаров от производителей до потребителей и какова их доля в издержках коммерческой деятельности?
3. Изложите формы риска в сфере торгово-посреднического бизнеса и меры по их предотвращению.
4. Какие формы проведения коммерческих переговоров и способы заключения договоров купли-продажи вы знаете? Поясните на примере.
5. Раскройте технологию исполнения договоров (контрактов) в сфере торгово-посреднического бизнеса.

Раздел 4. Оптовая торговля

Оптовая торговля представляет собой особый вид предпринимательской деятельности в сфере торгово-посреднического бизнеса. Поэтому студенты должны научиться владеть определенными приемами и правилами современного маркетинга, которые позволяют получить объективную информацию о состоянии и перспективах развития тех или иных рынков, а также разобраться в особенностях аукционной и биржевой торговли.

Вопросы для самоконтроля

1. Что представляет собой оптовая торговля? Приведите ее основные классификационные признаки.
2. Дайте характеристику технологии проведения оптовых закупок и продаж товаров.

3. Обоснуйте цели и задачи создания оптовых рынков в России.
4. Какие отличительные черты характеризуют биржевую торговлю?
5. Какова роль торгово-посреднических структур в оптовой торговле?
6. Изложите основную сущность аукционной торговли и порядок проведения торгов.

Раздел 5. Управление и внутрифирменное планирование коммерческой деятельности.

Как известно, современное внутрифирменное планирование составляет основу, обеспечивающую развитие и результативность коммерческой деятельности. Главная цель стратегического планирования заключена в выборе торгово-посреднической фирмой наиболее эффективных и оптимальных направлений своей деятельности на рынке, чтобы обеспечить себе коммерческий успех и имидж.

Поэтому студенты должны разбираться в методике выбора целей и стратегий для "своего" предприятия, а также знать содержание основных разделов бизнес-плана.

Вопросы для самоконтроля

1. Раскройте содержание, формы и методы стратегического и оперативного планирования в сфере торгово-посреднического бизнеса.
2. Охарактеризуйте цели, задачи и основные этапы разработки оперативного бизнес-плана "своего" предприятия сферы услуг.
3. Почему начинающий предприниматель/коммерсант должен обязательно иметь свой бизнес-план? Проведите анализ содержания его основных разделов.
4. Назовите формы риска, имеющие место в сфере торгово-посреднического бизнеса, и меры по их устранению.
5. В чем заключается устойчивость корпоративных коммерческих предприятий на рынке?

Раздел 6. Розничная торговля

Розничная торговля по своей сути является малым бизнесом, связанным с продажей товаров для личного и семейного использования.

Мировой и российский опыт подтверждает, что если вы хотите успешно торговать на рынке, то вам необходимы знания о форматах магазинов, франчайзинге, лизинге и др.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключаются основная сущность и функции розничной торговли в современных условиях?
2. Дайте характеристику форм и методов розничной продажи и оценку их эффективности.
3. В чем заключается регламентация коммерческой деятельности розничных торговых предприятий по реализации продовольственных и непродовольственных товаров?
4. Назовите основные классификационные признаки розничной торговли и дайте характеристику этим признакам.
5. В чем заключается сущность позиционирования магазина на рынке и его имидж? Поясните на примерах.

Раздел 7. Формирование ассортимента и маркетинговая характеристика товара

В сфере торгово-посреднического бизнеса товар и формирование ассортимента играют решающую роль. Будущие специалисты должны хорошо разбираться в вопросах позиционирования товара на рынке, торговых марках, механизме образования цен, а также знать факторы, от которых зависит процесс формирования ассортимента и имидж предприятия торговли.

Вопросы для самоконтроля

1. Перечислите условия, способствующие формированию ассортимента предприятия торговли на рынке.
2. Дайте характеристику товара с учетом его природы, назначения, качества и конкурентоспособности.
3. Какие методы формирования цены применяют предприятия торговли в условиях рынка?

4. Поясните принципиальные различия в подходе к ценовой политике предприятий торговли разного формата и имиджа.
5. В чем заключается цель управления товарными запасами в сфере торгово-посреднического бизнеса?

Раздел 8. Организация и управление продаж и сервисом обслуживания

В настоящее время в современной торговле широко используется мерчан-дайзинг и сервисное обслуживание.

Студенты должны хорошо усвоить основные принципы управления сервисом обслуживания, процентом продаж, ассортиментом торговых услуг и разбираться в психологии торговли, этике и этикете обслуживания.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается сущность мерчандайзинга? Укажите его основные стадии, методы и правила.
2. Визуальный мерчандайзинг и атмосфера продаж, поясните их взаимосвязь и эффективность.
3. Категорийный менеджмент. Опишите его роль и как его используют в сфере торговли?
4. Определите сущность и основные стадии торгового сервиса.
5. Классификация торговых услуг и особенности их жизненного цикла.

Основные требования к контрольной работе студента

С учетом действующего порядка выполнения контрольной работы, ее вариант выбирается студентом из приведенной ниже таблицы.

Объем контрольной работы должен быть не менее 10-12 страниц машино-писного текста, реферата - не менее 25 страниц.

Содержание контрольной работы должно отражать тематику вопросов указанного варианта. При этом не допускается дословное переписывание текста или использование набора опубликованных сайтов Интернета.

В случае невыполнения указанных требований, контрольная работа возвращается студенту на доработку.

ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Вариант 1

1. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
2. Формирование торгового ассортимента и факторы его обуславливающие.
3. Коммерческая система представляет собой единый комплекс товаров и услуг, функционально зависит от:
 - а) исходных составляющих системы (субъекты коммерции, факторы взаимодействия);
 - б) сочетания составляющих системы, в числе которых коммерческие связи, выбор функций;
 - в) климатических условий;
 - г) системы повышения квалификации сотрудников.

Вариант 2

1. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
2. Методы розничной продажи товаров, их технология и эффективность.
3. Основной целью коммерческой деятельности является:
 - а) стабильность цен;
 - б) оптимизация денежного баланса;
 - в) получение прибыли;
 - г) повышение производительности труда.

Вариант 3

1. Услуги как объект коммерческой деятельности.
2. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.
3. Имущественный кодекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг:
 - а) торговое предприятие;
 - б) инфраструктура рынка;
 - в) объект коммерческой деятельности;
 - г) арбитраж.

Вариант 4

1. Прямые и опосредованные закупки товаров, структура каналов.
2. Методика анализа местоположения магазина в торговой зоне и его конкурентоспособности.
3. К основным направлениям коммерческой деятельности относятся:
 - а) установление партнерских отношений;
 - б) сбыт-продажа товаров;
 - в) предоставление услуг;
 - г) разработка технологических карт/картограмм.

Вариант 5

1. Мерчандайзинг в организации розничных продаж, практический опыт.
2. Государственное регулирование деятельности коммерческих организаций.
3. Принципами коммерческой деятельности являются:
 - а) обоснование коммерческих приоритетов и использование принципов маркетинга;
 - б) принцип планирования коммерческой деятельности;
 - в) профилактика коммерческих рисков;
 - г) повышение ответственности за принятие обязательств.

Вариант 6

1. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками.
2. Управление товарной политикой и контроль за ассортиментом.
3. Какая из нижеперечисленных организационно-правовых форм предприятия отсутствует в российском законодательстве?
 - а) акционерное общество открытого типа;
 - б) акционерное общество закрытого типа;
 - в) общество с ограниченной ответственностью;
 - г) товарищество с ограниченной ответственностью.

Вариант 7

1. Формы кооперации в торговле.
2. Особенности организации коммерческой деятельности гипермаркета: практический опыт.
3. Объектами коммерческой деятельности являются:
 - а) торговые предприятия;
 - б) продавцы (персонал);
 - в) потребители;
 - г) товары и услуги.

Вариант 8

1. Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товарами.

2. Организация франчайзинговой системы в оптовой и розничной торговле: практический опыт.

3. Дистрибьюторы с полным набором услуг приобретают продукцию у основных изготовителей, складировать и реализуют ее в режиме сервисного обслуживания:

а) да;

б) нет.

Вариант 9

1. Организация системы дистрибуции предприятием на рынке товаров.

2. Инструментарий мерчандайзинга, используемый в торговле.

3. Отличия в формах и методах коммерческой деятельности в период административно-плановой и рыночной экономики:

а) имеют место;

б) слабо проявляются;

в) не имеются;

г) существуют только в государственном секторе.

Вариант 10

1. Формы риска участников коммерческих сделок на рынке.

2. Организация доставки товаров в розничное торговое предприятие.

3. Что означает понятие "коммерческая деятельность"?

а) оперативно-организационную деятельность предприятий, направленную на совершение актов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли;

б) распределение товарных ресурсов;

в) учет и контроль за движением материальных ценностей;

г) деятельность по развитию торгово-посреднических структур.

Вариант 11

1. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.

2. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.

3. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, включая торгово-посредническую, посредническую, ? операции:

а) консультационную;

б) законодательную;

в) контрольную;

г) производственную.

Вариант 12

1. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.

2. Техника проведения биржевых операций. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующего рынка.

3. Какое отношение к закупкам товаров имеет формула смены формы стоимости Д-Т и Т-Д?

а) не имеет прямого отношения;

б) имеет косвенное отношение;

в) раскрывает сущность закупочной работы;

г) в зависимости от местонахождения и назначения предприятия.

Вариант 13

1. Конкуренция на рынке и ее виды, анализ позиции и конкурентоспособности магазина.

2. Понятие ярмарок и торгово-промышленных выставок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок и выставок. Виды заключаемых сделок.

3. Что понимается под "консигнацией"?

- а) расписка, выдаваемая дилером поставщику на отгрузку товаров;
- б) поручение одной стороной (консигнатором) другой стороне (консигнанту) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;
- в) поручение одной стороной (консигнантом) другой стороне (консигнатору) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;
- г) документ, выдаваемый консигнатором консигнанту для вывоза со склада товаров, находящихся за рубежом.

Вариант 14

1. Планирование и организация сбыта/продажи.
2. Фирменный стиль, его элементы и функции.
3. Может ли дистрибьютор от чужого имени и за свой счет закупать и продавать товар?
 - а) нет, не может;
 - б) может от своего имени и за свой счет;
 - в) может, если заключено соглашение о предоставлении права на продажу товара;
 - г) может от чужого имени и за чужой счет.

Вариант 15

1. Основные виды стимулирования продаж.
2. Организационно-экономическая характеристика, преимущества и недостатки магазина-дискаунта.
3. Как осуществляются комиссионные операции в торгово-посреднической деятельности?
 - а) посредник действует от своего имени, но за чужой счет;
 - б) посредник действует от чужого имени, но за свой счет;
 - в) посредник действует от своего имени и за свой счет;
 - г) посредник действует от чужого имени и за чужой счет.

Вариант 16

1. Классификация торговых предприятий.
2. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.
3. Что означает "маржа" в биржевой торговле?
 - а) форма сделки брокера со своим клиентом;
 - б) сумма денег, выплачиваемых расчетной палате брокером для покрытия неблагоприятных колебаний;
 - в) непредвиденные обстоятельства, включаемые в контракт при заключении сделки;
 - г) показатель прибыли в биржевой торговле.

Вариант 17

1. Организация оптовых закупок товаров.
2. Организационно-экономическая характеристика основных форматов магазинов иностранных розничных торговых сетей.
3. Закупка товаров по своей экономической природе представляет:
 - а) оптовый товарооборот;
 - б) мелкооптовый товарооборот;
 - в) розничный товарооборот;
 - г) все вместе взятое.

Вариант 18

1. Оптовая продажа товаров: методы, организация и эффективность.
2. Правила торговли на рынке потребительских товаров.
3. Сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товарладельцами, исполнителями услуг и покупателями, сложившаяся на основе разделения труда:

- а) потребительский рынок; < tr>
- б) товарный рынок;
- в) торговая сеть;
- г) бартер.

Вариант 19

1. Мерчандайзинг, его роль и эффективность.
2. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.
3. Процесс физического перемещения товаров от производителя к месту продажи или потребления:
 - а) товародвижение;
 - б) товарооборот;
 - в) товарооборачиваемость;
 - г) товароснабжение.

Вариант 20

1. Структура торгового процесса предприятия розничной торговли и последовательность выполнения операций по доведению товаров до потребителей.
2. Организация электронной торговли на потребительском рынке.
3. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:
 - а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
 - б) экономические отношения;
 - в) коммерческие взаимоотношения;
 - г) административно-правовые отношения;
 - д) совокупность хозяйственных отношений.

Вариант 21

1. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.
2. Бизнес-модель формата Cash and Carry в оптовой торговле.
3. Что относится к признакам развитого рынка?
 - а) характеристика рынка как рынка покупателей;
 - б) конкурентный характер;
 - в) возможность и необходимость сегментирования рынка;
 - г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 22

1. Продажа товаров на оптовом рынке.
2. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.
3. Выделите основные цели предпринимательства:
 - а) производство и продажа товаров/услуг;
 - б) прибыль;
 - в) социальные;
 - г) все вышеперечисленные варианты ответов.

Вариант 23

1. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования.
2. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.
3. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями:
 - а) основные условия поставок отдельных товаров;
 - б) особые условия поставок;

- в) положение о поставках продукции производственного назначения;
- г) Гражданский кодекс РФ.

Вариант 24

1. Торги как форма соревновательной торговли.
2. Организационно-экономическая характеристика типов розничных торговых предприятий по продаже продовольственных и непродовольственных товаров.
3. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:
 - а) направления стороной предложения заключить договор;
 - б) оформления договора в письменной форме;
 - в) получения ответа на предложение (оферты);
 - г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 25

1. Технология business-to-business (B2B) в оптовой торговле товарами народного потребления: практический опыт.
2. Управление размерами товарных запасов. Стратегии образования оптимальных товарных запасов торгового предприятия.
3. Чем вызваны причины существования на рынке ниш для малых предприятий?
 - а) колебанием на рынке;
 - б) спросом на товар;
 - в) ориентацией большого и среднего бизнеса на массовое производство товаров;
 - г) эффективной рекламой.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Организация продаж (мерчандайзинг, атмосфера магазина).
2. Организация электронной торговли.
3. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками.
4. Меры по государственному регулированию и регламентации розничной торговли и улучшению торгового обслуживания.
5. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций, этапы ее проведения и содержание.
6. Значение ярмарок и выставок в осуществлении коммерческой работы предприятий.
7. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
8. Продажа товаров на потовых рынках.
9. Формы кооперации в торговле.
10. Характеристика коммерческой деятельности разных форм розничной торговли.
11. Прямые закупки товаров у производителей.
12. Розничная торговля как основная сфера коммерческой деятельности. Управление розничной торговли в России на территориальном уровне.
13. Услуги как объект коммерческой деятельности.
14. Понятие ярмарок и товарно-промышленных выставок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок и выставок. Виды заключаемых сделок.
15. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
16. Организация и технология розничной продажи товаров.
17. Виды и цели биржевых сделок.
18. Оптовая продажи товаров: методы, организация и эффективность.
19. Поведение потребителей в процессе продажи.
20. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.

21. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.
22. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.
23. Формы рисков участников коммерческих сделок на рынке.
24. Организационно-экономическая характеристика типов розничных торговых предприятий по продаже продовольственных товаров.
25. Организация оптовых закупок товаров.
26. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.
27. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласование её основных условий.
28. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.
29. Договорная работа с поставщиками и посредниками.
30. Управление размерами товарных запасов. Процесс образования оптимальных товарных запасов торгового предприятия.
31. Торги как форма соревновательной торговли.
32. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.
33. Техника проведения биржевых операций. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующегося рынка.
34. Правила торговли на рынке потребительских товаров.
35. Структура торгового процесса и последовательность выполнения операций по доведению товара до потребителей.
36. Государственное регулирование в торговле.
37. Формы, методы и стратегии продаж.
38. Управление торговой политикой - контроль за ассортиментом.
39. Сущность биржевой торговли. Товарная биржа и ее функции.
40. Бизнес-план и его основные разделы.
41. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования.
42. Основные задачи, функции и цели магазина, его имидж.
43. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.
44. Документальное оформление торговых операций.
45. Инфраструктура рынка, конкуренция и ее виды.
46. Формы и методы розничной продажи товаров, их технология и эффективность.
47. Стратегия закупочной деятельности, выбор торговых марок.
48. Формирование товарного ассортимента, его структура и параметры.
49. Управление предприятием: уровни и стиль управления.
50. Коммерческие связи на рынке товаров и услуг.
51. Сервис обслуживания, его основные стадии.
52. Факторы, влияющие на коммерческую деятельность предприятия.
53. Рынок как сфера коммерческой деятельности, виды и характеристика рынков.
54. Субъекты коммерческой деятельности, организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих коммерческую деятельность.
55. Товар как объект коммерческой деятельности, классификация товаров, концепция жизненного цикла товара.
56. Понятие, характеристика и структура торгового ассортимента.
57. Коммерческая информация, ее характеристика, виды и источники поступления.
58. Коммерческая тайна и обеспечение ее защиты.
59. Риски в коммерческой деятельности - виды, характеристика, способы уменьшения.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Лингафонный кабинет, представляющий собой универсальный лингафонно-программный комплекс на базе компьютерного класса, состоящий из рабочего места преподавателя (стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Tutor, головная гарнитура), и не менее 12 рабочих мест студентов (специальный стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Student, головная гарнитура), сетевого коммутатора для структурированной кабельной системы кабинета.

Лингафонный кабинет представляет собой комплекс мультимедийного оборудования и программного обеспечения для обучения иностранным языкам, включающий программное обеспечение управления классом и SANAKO Study 1200, которые дают возможность использования в учебном процессе интерактивные технологии обучения с использованием современных мультимедийных средств, ресурсов Интернета.

Программный комплекс SANAKO Study 1200 дает возможность инновационного ведения учебного процесса, он предлагает широкий спектр видов деятельности (заданий), поддерживающих как практики слушания, так и тренинги речевой активности: практика чтения, прослушивание, следование образцу, обсуждение, круглый стол, использование Интернета, самообучение, тестирование. Преподаватель является центральной фигурой процесса обучения. Ему предоставляются инструменты управления классом. Он также может использовать многочисленные методы оценки достижений учащихся и следить за их динамикой. SANAKO Study 1200 предоставляет учащимся наилучшие возможности для выполнения речевых упражнений и заданий, основанных на текстах, аудио- и видеоматериалах. Вся аудитория может быть разделена на подгруппы. Это позволяет организовать отдельную траекторию обучения для каждой подгруппы. Учащиеся могут работать самостоятельно, в автономном режиме, при этом преподаватель может контролировать их действия. В состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль Examination Module - модуль создания и управления тестами для проверки конкретных навыков и способностей учащегося. Гибкость данного модуля позволяет преподавателям легко варьировать типы вопросов в тесте и редактировать существующие тесты.

Также в состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль обратной связи, с помощью которых можно в процессе занятия провести экспресс-опрос аудитории без подготовки большого теста, а также узнать мнение аудитории по какой-либо теме.

Каждый компьютер лингафонного класса имеет широкополосный доступ к сети Интернет, лицензионное программное обеспечение. Все универсальные лингафонно-программные комплексы подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 100700.62 "Торговое дело" и профилю подготовки Коммерция .

Автор(ы):

Хаметова Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Сайдашева В.А. _____

"__" _____ 201__ г.