

Записи выполняются и используются в СО 1.004  
Предоставляется в СО 1.023

СО 6.018

6 0 5 13

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования

Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова

Факультет экономики и менеджмента

**СОГЛАСОВАНО**

Зав. кафедрой

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета

\_\_\_\_\_ С.А. Богатырев  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013 г.

\_\_\_\_\_ Е.Б. Дудникова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА (МОДУЛЬНАЯ)**

**дисциплины «Технология коммерческой деятельности в отрасли»  
для специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии  
пищевой промышленности"  
Кафедра «Товароведение и коммерция»**

Курс 4

Объем дисциплины:

Всего часов – 144

Из них: аудиторных – 72

в т.ч. лекции – 36

практические занятия – 36

самостоятельная работа – 72

Форма итогового контроля: зачет – 8 семестр

Программу составил: доцент Хасаншина Адиля Рафаэльевна.

Саратов 2013

## **ВВЕДЕНИЕ**

Модульная рабочая программа составлена на основе Государственного образовательного стандарта по соответствующей специальности, рабочих учебных планов и примерной программы по данной дисциплине. В нее входят все дидактические единицы, предусмотренные Государственным образовательным стандартом.

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы соответствует рабочему учебному плану, утвержденному ректором университета. В программе перечислены темы, которые выносятся на самостоятельное изучение. Перечень таких тем с указанием количества часов включен в таблицу «Содержание дисциплины». Вопросы по темам самостоятельной работы использованы при проведении рубежного и выходного контролей.

### **1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель данной дисциплины – ознакомить студента с целями, задачами, функциями, методам и принципами коммерческой деятельности в производственной сфере и сфере обращения.

Задачи дисциплины – научить студента основам коммерческой деятельности, методам исследования рынка, методам планирования и анализа коммерческой деятельности на предприятиях и в сфере товарного обращения.

Студент должен знать: методологические основы коммерческой деятельности.

Студент должен:

- усвоить цели, задачи и принципы коммерческой деятельности;
- уметь исследовать товарные рынки;
- владеть методами планирования и анализа коммерческой деятельности;
- владеть основами организации коммерческой деятельности.

### **2. ИСХОДНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВЛЕННОСТИ СТУДЕНТОВ**

Дисциплина «Технология коммерческой деятельности» состоит из 3 модулей:

- 1- Общая теория коммерческой деятельности;
- 2- Коммерческая деятельность предприятия в сфере обращения;
- 3- Торгово-посредническая деятельность.

Модули 1, 2 и 3 изучаются в 6-м семестре 3-го курса. После окончания 6-го семестра сдается экзамен.

При изучении 1, 2 и 3 модулей исходными служат знания, полученные в ходе изучения курсов: экономической теории, аграрной политики, экономики сельского хозяйства, рынков продовольственных товаров. Приступая к изучению дисциплины, студент должен знать основные экономические законы, состав и классификацию средств предприятия и источников образования этих средств, состав и результаты хозяйственных процессов, показатели рентабельности предприятия.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДИКИ ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ

По дисциплине «Технология коммерческой деятельности» входной контроль проводится в 8-м семестре. Этот вид контроля позволяет проверить исходный уровень студента и его готовность к изучению данной дисциплины.

Входной контроль проводится на первом практическом занятии в форме письменного опроса. Контрольные вопросы (прил.1) подразумевают краткий ответ, на проведение входного контроля отводится 20 минут. Максимальный рейтинг входного контроля – 10 баллов.

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ « ТЕХНОЛОГИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Таблица 1

№ модулей и модульных единиц	Наименование модулей. Наименование и содержание модульных единиц.	Количество часов		Рейтинг, баллы
		Аудиторные занятия	Самостоятельная работа	
1	2	4	5	6
	<b>Входной контроль</b>			<b>10</b>
<b>Модуль 1 (8 семестр)</b>	<b>Общая теория коммерческой деятельности предприятия.</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>43</b>
	<b>Лекции</b>			
1Л	Вводная лекция. Роль и место коммерческой деятельности в общей схеме бизнеса. Цель, задачи и структура курса.	4		2
2Л	Концепция коммерческой деятельности на предприятии. Сущность коммерческой деятельности предприятия. Основные принципы коммерческой деятельности	4		2

	предприятия. Общая оценка состояния коммерческой деятельности российских предприятий.			
3Л	Структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия. Основные функции коммерческой службы предприятия. Закономерности формирования организационных структур управления коммерческой деятельностью. Организационные структуры коммерческой службы предприятия.	2		2
4Л	Планирование закупочной коммерческой деятельности. Сущность планирования обеспечения предприятия материальными ресурсами. Изучение рынка сырья и материалов. Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов.	2		2
1П	<b>Практические занятия</b> Тест на определение профессиональных и личностных достоинств эффективно работающего коммерческого директора предприятия.	2	4	5
2П	Ситуационные задачи по выбору оптимальной организационной структуры коммерческой службы предприятия.	4	4	5
3П	Решение задач по выработке стратегии материально-технического снабжения предприятия. Расчеты потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов.	4	4	5
<b>М1</b>	<b><i>Рубежный контроль</i></b>			
<b>Модуль 2</b>	<b>Коммерческая деятельность предприятия в сфере</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>33</b>

	<b>обращения</b>			
	<b>Лекции</b>			
5Л	Понятие товародвижения. Коммерческая система в сфере товарного обращения. Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения.	2		2
6Л	Сущность коммерческих связей и принципы их формирования. Условия поставки материальных ресурсов. Основные формы расчетов при закупке материальных ресурсов.	4		2
7Л	Виды контрактов. Основные положения контракта купли-продажи. Ответственность предприятий при нарушении ими обязательств по контрактам.	2		2
8Л	Роль сбыта продукции на предприятии. Планирование и анализ сбыта продукции. Планирование ассортимента продукции. Организация оперативно-сбытовой деятельности.	4		2
	<b>Практические занятия</b>			
4П	Решение задачи по планированию ассортимента новой продукции.	4	6	5
5П	Расчеты точки безубыточности.	2	4	5
6П	Решение задачи по прогнозированию сбыта продукции.	4	4	5
<b>М2</b>	<b>Рубежный контроль</b>			
<b>Модуль3</b>	<b>Торгово-посредническая деятельность</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>26</b>
	<b>Лекции</b>			
9Л	Коммерческая работа по организации оптовой и розничной торговли. Специфика биржевой, ярмарочно-выставочной и аукционной	4		2

10Л	торговли. Особенности развития коммерческих структур оптово- посреднических организаций.	4		2
11Л	Аренда как вид коммерческой деятельности. Подрядные контракты. Лизинг как форма сбыта готовой продукции.	4		2
7П	<b>Практические занятия</b> Расчеты объема продаж.	6	8	5
8П	Расчеты затрат на товародвижение	4	6	5
<b>МЗ</b>	<b><i>Рубежный контроль</i></b>			
<b>ВК</b>	<b><i>Выходной контроль (зачет)</i></b> проводится по расписанию экзаменационной сессии.			<b>20</b>

## **5. КРАТКАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ**

Обучение дисциплине «Технология коммерческой деятельности» проводится в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы. Студенты знакомятся с основами коммерческой деятельности на предприятиях и в сфере товарного обращения.

Дисциплина преподается в 8-м семестре. Учебное время распределяется по видам занятий следующим образом. В 8-м семестре на лекции отводится 36 часов, на практические занятия – 36, на самостоятельную работу – 72 часа.

Текущий контроль осуществляется в ходе проведения практических занятий, в форме индивидуального устного собеседования и письменных контрольных работ.

Рубежный контроль проводится после каждого модуля в форме письменного опроса.

## **6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

В процессе профессиональной деятельности экономист должен постоянно адаптироваться к изменяющейся обстановке рыночной конъюнктуры. Поэтому важно, чтобы за время обучения будущий специалист не только усвоил некоторый объем полезной информации, но и овладел технологией получения знаний. Одним из способов приобретения таких навыков является самостоятельная работа.

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования объем аудиторных занятий студента при очной форме обучения не должен превышать 27 часов в неделю, следовательно объем самостоятельной работы должен составлять 50% от общего объема часов по дисциплине. Самостоятельная работа включает в себя следующие виды деятельности: подготовку к практическим занятиям, подготовку к рубежным и выходным контролям.

Для изучения курса студентам в 8-м семестре выделяется 72 часа самостоятельной работы, из них 54 часа на подготовку к практическим занятиям, на подготовку к рубежному контролю – 18 часов.

## **7. СИСТЕМА ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ**

При изучении дисциплины используется рейтинговая система оценки знаний, умений и навыков студентов. Максимальное количество баллов, которые может получить студент по видам контроля, приведено в табл. 1.

Итоговый рейтинг  $R_{cm}$  за семестр подсчитывается путем перевода учебных баллов в зачетные по формуле:

$$R_{\text{см}} = n V_{\text{фак}} / V_{\text{max}},$$

где  $n$  – количество часов аудиторных занятий по учебному плану, в 8-м семестре - 72 часа.

$V_{\text{max}}$  - максимально возможная сумма учебных баллов, которую может набрать студент, в 8-м семестре – 122 балла.

$V_{\text{фак}}$  - фактическая сумма баллов, набранная студентом.

Итоговый рейтинг проставляется в зачетную книжку студента и зачетно-экзаменационную ведомость.

Критериями оценки могут служить: глубина усвоения студентом учебного материала, умение применять полученные знания для решения конкретных профессиональных задач, объем полученных знаний. В каждом из этих критериев можно выделить три уровня (табл.2)

Таблица 2

Критерии	Уровень		
	1-й	2-й	3-й
Глубина усвоения учебного материала	Описательное изложение	Упрощенное объяснение	Объяснение на основе знания общих закономерностей, аналитических расчетов
Умение применять полученные знания	Для решения элементарных задач	Для выбора оптимального решения	Для самостоятельной формулировки задачи и ее оптимального решения
Объем усвоенного материала, % от программы	60...72	73...85	86...100

Если все критерии соответствуют третьему уровню, то студенту выставляется максимальный рейтинг. Если все критерии соответствуют первому уровню – минимальный.

## 8. СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДИКА ВЫХОДНОГО КОНТРОЛЯ

В 8-м семестре в качестве выходного контроля предусмотрен зачет. На зачет выносятся учебный материал 1-го, 2-го, 3-го модулей. Вопросы билетов формируются на основе вопросов 1-го, 2-го, 3-го модулей дисциплины.



Проводится зачет в форме устного опроса. Студенты, набравшие менее 63 баллов, к зачету не допускаются. Набравшие от 63 до 90 баллов сдают зачет. Студентам, набравшим более 90 баллов, добавляются поощрительные баллы и выставляется зачет без сдачи зачета.

Если студент по результатам входного, рубежного и выходного контроля набрал от 90 до 105 баллов, ему выставляется оценка «отлично», от 77 до 89 баллов – «хорошо» и от 63 до 76 баллов – «удовлетворительно».

## 9. СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

### *Основная литература*

1. *Голиков Е.А.* Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы: Учебно – практическое пособие. М.: Изд - во «Экзамен», 2009.
2. *Гвоздев Б.З.* Факторинг. М.: Тандем, 2010.
3. *Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К.* Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник. М.: Информационно – внедренческий центр «Маркетинг», 2010.
4. *Егоров И.В.* Управление товарными системами: Учебное пособие. М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2009.
5. *Егоров В.Ф.* Организация торговли: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2009.
6. *Манько А.В.* Коммерция: Учебно- методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2009.
7. *Каплина С.А.* Организация коммерческой деятельности: Учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2010.
8. *Организация предпринимательской деятельности / Под ред. А.С.Пелиха.* - Ростов н/Д: Март, 2010.
9. *Осипова Л.В., Синяева И.М.* Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. М.: Банки и баржи, ЮНИТИ, 2011.
10. *Памбухчиянц В.К.* Организация и технология коммерческой деятельности: Учебник. М.: Маркетинг, 2008.
11. *Панкратов Ф.Г.* Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2008.
12. *Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К.* Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2008.
13. *Половцева А.Н.* Коммерческая деятельность. М.:ИНФРА – М, 2009.
14. *Синецкий Б.И.* Основы коммерческой деятельности: Учебник. М: Юристь, 2011.
15. *Торговля: Термины и определения.* Изд. офиц. ГОСТ П 51303-99. Дата введения 1 янв. 2000г. М.: Госстандарт России, 2010.
16. *Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник / Под общ. ред. проф. Л.А.Брагина и проф. Т.П. Данько.* М.:ИНФРА - М, 2010.
17. *Услуги розничной торговли: Общие требования.* Изд. офиц. ГОСТР 51304-99. Дата введения 1 янв. 2000г. М.: Госстандарт России, 2010.
18. *Щур Д.Л.* Основы торговли. Оптовая торговля: Справочник руководителя, гл. бухгалтера и юриста. М.: Изд-во «Дело и сервис», 2009.

### *Дополнительная литература*

1. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 623 с.
2. Абалкин-Л.И. Курс переходной экономики. — М.: Финстатинформ, 1997.
3. Абалкин Л.И. Выбор за Россией. — М: Институт экономики РАН, 1998.
4. Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. — М.: ТАНДЕМ, 1997.
5. Бачурин А.В. Рынок и подъем экономики России. — М.: РАГС, 1996.
6. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое?: Пер. с англ. — М: Новости, 1990.
7. Валовой Д.В. Рыночная экономика. Возникновение, эволюция и сущность. М.: ИНФРА, 1997.
8. Выбор модели рыночной экономики и приоритеты экономической политики в России /Под ред. Э.П. Дунаева, А.К. Шуркалина — М.: Диалог. 1998.
9. Гаджиев В.К. Геополитика. — М: Международные отношения, 1997.
10. Герчикова И.Н. Практикум по изучению иностранных фирм. — М.: МГИМО, 1996.
11. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. — М.: Финпресс, 1998.
12. Гордон М. Статистика для профессионалов. Сравнительная оценка по комплексу показателей предприятий, специализирующихся на оптовой торговле продукцией производственного назначения/УРиск. ~ 1997. -№6. - С. 40.
13. Россия в цифрах. — М.: Госкомстат РФ, 1998.
14. П.Калашников В. А. Рынок. Бизнес. Коммерция. Экономика. Толковый терминологический словарь. — М.: ИВЦ Маркетинг, 1998.

15. Коммерческо -посредническая деятельность на товарном рынке /Под ред. А.В. Зырянова. — Екатеринбург: Солярис, 1995.
16. Крепкий Л. Методология коммерческого успеха. Организационные формы и технологии, повышающие конкурентоспособность в сфере торгово-посреднической деятельности. Ч. 1, 2 //Риск — 1996. —№ 6. -С. 37; 1997 - №2-С.78.
17. Курс предпринимательства/Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. - М.: ЮНИТИ, 1997.
18. Леонтьев В.С. Межотраслевая экономика. — М.: Экономика, 1997.
19. Лялинков А.К. Переход России к рыночной экономике: чем нам полезен опыт других стран. — М.: ИЧП Магистр, 1997.
20. Менеджмент /Под ред. М.М. Максимцова, А.В. Игнатъевой. — М.: ЮНИТИ. 1998.
21. Моисеева Н.К. Международный маркетинг. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1998.
22. Николаева Г.А., ЩурД.Л. Оптовая торговля..— М.: Приор, 1998.
23. Океанова З.К. Социально-этический маркетинг. — М.: Вердикт-1М, 1997.
24. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. - М.: ЮНИТИ, 2000.
25. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Практикум. -М.: ЮНИТИ, 1997.
26. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998.
27. Россия в цифрах: Госкомстат РФ, 1998.
28. Синяева И.М. Паблик рилейшнз. - М.: ЮНИТИ, 1998.
29. Сосунова Л.А. Макроэкономическая концепция коммерции услуг. — Спб.: СПбУЭФ, 1997.

30. Фомичев В.И. Международная торговля. — М.: Инфра-М, 1998.
31. Френкель А.А. Экономика России в 1992 — 1997 гг. Тенденции, анализ, прогноз. - М.: ФИНСТАТИНФОРМ, 1997.
32. Шопенко В.Д. Организационно-экономический механизм реструктуризации предприятия. — Спб.: РАН, 1998.

#### **10 МАТЕРИАЛЬНО – ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Лабораторное оборудование:

Компьютеры в количестве 6 штук

Принтер в количестве 1 шт.

## УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

### изучения дисциплины «Технология коммерческой деятельности в отрасли»

Вид занятий	Всего часов	Неделя																	
		1-я	2-я	3-я	4-я	5-я	6-я	7-я	8-я	9-я	10-я	11-я	12-я	13-я	14-я	15-я	16-я	17-я	18-я
	Номера тем лекций, практических занятий																		
	72	<b>8-й семестр</b>																	
		Модуль 1						Модуль 2						Модуль 3					
Лекции	36	1	1	2	2	3	4	5	6	6	7	8	8	9	9	10	10	11	11
Практические занятия	36				1	2	3				4	5	6					7	8
Рубежный контроль							M1							M2					M3 BK

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### *Вопросы рубежного контроля*

#### **Модуль 1**

1. Роль и место коммерческой деятельности в общей схеме бизнеса.
2. Концепция коммерческой деятельности на предприятии.
3. Сущность коммерческой деятельности предприятия
4. Основные принципы коммерческой деятельности предприятия
5. Общая оценка состояния коммерческой деятельности российских предприятий.
6. Структура и организация управления коммерческой деятельностью предприятия.
7. Основные функции коммерческой службы предприятия.
8. Закономерности формирования организационных структур управления коммерческой деятельностью.
9. Организационные структуры коммерческой службы предприятия.
10. Планирование закупочной коммерческой деятельности.
11. Сущность планирования обеспечения предприятия материальными ресурсами.
12. Изучение рынка сырья и материалов
13. Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов

#### **Модуль 2**

1. Роль сбыта продукции на предприятии.
2. Планирование ассортимента продукции
3. Планирование сбыта продукции
4. Организация оперативно-сбытовой продукции
5. Организация коммерческой деятельности на совместных предприятиях
6. Коммерческая деятельность на совместных предприятиях производственного профиля
7. Анализ сбытовой деятельности предприятия
8. Порядок решения задачи по планированию ассортимента новой продукции
9. Порядок расчетов точки безубыточности
10. Решение задачи по прогнозированию сбыта продукции
11. Выбор каналов сбыта продукции
12. Распределение объема сбыта продукции по регионам
13. Определение объективной цены продажи товара

### **Модуль 3**

1. Коммерческая работа по организации оптовой и розничной торговли
2. Специфика биржевой, ярмарочно-выставочной и аукционной торговли
3. Особенности развития коммерческих структур оптово-посреднических организаций.
4. Торговые дома - проводники коммерческо-посреднической деятельности
5. Система товародвижения и ее участники
6. Расчеты объема продаж
7. Расчеты затрат на товародвижение
8. Общая схема бизнеса и место коммерческой деятельности в ней
9. Коммерческая логистика
10. Содержание маркетинговой деятельности предприятий
11. Этапы составления бизнес-плана
12. Классификация рисков
13. Виды рисков



## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### *Вопросы выходного контроля*

1. Содержание коммерческой деятельности, ее принципы, цели и задачи
2. Промышленное предприятие как субъект коммерческой деятельности
3. Сущность коммерческой деятельности предприятия
4. Основные принципы коммерческой деятельности предприятия
5. Структура и организация коммерческой деятельности предприятия
6. Основные функции коммерческой службы предприятия
7. Организационная структура коммерческой службы предприятия
8. Планирование закупочной коммерческой деятельности
9. Сущность планирования обеспечения предприятия материальными ресурсами
10. Изучение рынка сырья и материалов
11. Определение потребности и разработка плана закупок материальных ресурсов
12. Организация коммерческих связей и выбор поставщика
13. Приемка продукции по критерию качества
14. Условия поставки материальных ресурсов
15. Ответственность предприятия-поставщика при нарушении им контрактных обязательств
16. Порядок расчетов с помощью векселей
17. Порядок расчетов с помощью чеков
18. Порядок расчетов с использованием аккредитива
19. Клиринг
20. Роль сбыта продукции на предприятии
21. Планирование ассортимента продукции на предприятии
22. Планирование сбыта продукции на предприятии
23. Организация оперативно-сбытовой работы
24. Коммерческая деятельность на совместных предприятиях производственного профиля
25. Анализ сбытовой деятельности
26. Коммерческая система в сфере товарного обращения
27. Сущность коммерческой системы
28. Содержание коммерческой деятельности в сфере товарного обращения
29. Принципы коммерческой деятельности в сфере товарного обращения
30. Цели и задачи коммерческой деятельности в сфере товарного обращения
31. Виды коммерческих связей и принципы их формирования
32. Функции и виды каналов распределения
33. Функции оптовой торговли
34. Виды оптовых посредников
35. Формы и методы оптовой продажи
36. Формирование ассортимента на предприятиях оптовой торговли

37. Особенности маркетинга оптового предприятия
38. Сущность и функции розничной торговли
39. Виды розничных предприятий
40. Варианты выбора места размещения магазина
41. Методы и технологии розничной продажи товаров
42. Виды потребительского спроса на товар
43. Функции, виды и организация работы на оптовых ярмарках
44. Основы биржевой торговли
45. Коммерческо-посредническая деятельность в торговых домах
46. Коммерческо-посредническая деятельность в рекламных агентствах
47. Виды внешнеторговых операций
48. Типы и функции торговых посредников при осуществлении  
внешнеторговых операций
49. Сущность Паблик рилейшнз
50. Концептуальная модель Паблик рилейшнз

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### *Вопросы входного контроля*

1. Сформулируйте основные экономические законы и раскройте их содержание
  1. Понятие рынка
  2. Снабженческий и сбытовой рынки
  3. Понятие бизнеса
  4. Общая схема бизнеса и место в ней коммерческой деятельности
  5. Предпринимательская деятельность физических лиц
  6. Производственное предпринимательство
  7. Коммерческое предпринимательство
  8. Финансовое предпринимательство
  9. Маркетинг
  10. Содержание маркетинговой деятельности предприятий
  11. Что такое предприятие и каковы признаки их классификации?
  12. Классификация предприятий по организационно-правовому признаку