

Записи выполняются и используются в СО 1.004  
Предоставляется в СО 1.023

СО 6.018

6 0 5

0 5 3

13

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение  
высшего профессионального образования  
Саратовский государственный аграрный университет  
имени Н.И. Вавилова**

**Факультет пищевых технологий и товароведения**

**СОГЛАСОВАНО**

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_/Богатырев С.А./

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета

\_\_\_\_\_/Морозов А.А./

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 г.

**РАБОЧАЯ (МОДУЛЬНАЯ) ПРОГРАММА**

**Дисциплина «Организация коммерческой деятельности  
предприятий»**

Для специальности **080301.65 «Коммерция (торговое дело)»**

Кафедра **«Товароведение и коммерция»**

Курс 4,5

Семестр 7,8,9

Объем дисциплины:

Всего часов -420

Из них: аудиторных –236

в т.ч. лекции – 134

практические занятия –102

самостоятельная работа –184

Форма итогового контроля: зачет – 7,8 семестр, экзамен – 9 семестр  
Программу составили: доцент Власова О.В.

Саратов 2013

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)» является базовой для специальности 080301 «Коммерция (торговое дело)» и содержит знания по организации коммерческих процессов и операций на предприятиях различных отраслей и сфер народного хозяйства с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли. Организация и управление коммерческой деятельностью рассматривается в данном курсе применительно к особенностям функционирования предприятий в сфере потребительского рынка и услуг.

Причиной введения дисциплины «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)» является необходимость приобретения специалистами коммерции профессиональных знаний и умений по организации коммерческой деятельности на предприятиях разных видов и типов и субъектах рыночной инфраструктуры.

**Целью** дисциплины «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)» является овладение студентами знаниями по организации коммерческой деятельности, направленными на ее совершенствование на предприятиях, функционирующих во внутренней торговле Российской Федерации.

**Задачами** курса являются:

- изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельности предприятий различных отраслей и сфер применения;
- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности разных видов предприятий с целью их оптимизации;
- планирование и организация процессов закупки и продаж товаров предприятий торговли;
- формирование товарного ассортимента предприятия с учетом вида его торговой деятельности и характера выполняемых коммерческих операций;
- организация поставок продукции и товародвижения на рынке товаров;
- организация системы сбыта товаров на рынке и его стимулирования;
- моделирование коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг;
- анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия;
- проектирование и использование инноваций на рынке товаров и услуг;
- изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена, инфраструктуры рынка.

В результате освоения курса «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)» **студент должен знать:**

- особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий для решения профессиональных задач;
- научный подход к информационно-методическому обеспечению коммерческой деятельности;
- специфику формирования товарного ассортимента предприятий, методики его анализа и оценки;
- организацию процесса закупки товаров на отраслевом рынке;
- составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек;
- организацию форм и методов продажи товаров предприятиями разных видов торговой деятельности;
- организационные структуры управления коммерческими службами торговых предприятий, порядок взаимодействия коммерческой службы с другими подразделениями;
- модели ведения коммерческой деятельности разных видов и типов торговых предприятий;
- анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности торгового предприятия;
- виды коммерческих проектов и инноваций, порядок их разработки и использования в целях развития коммерческой деятельности;
- особенности организации коммерческой деятельности субъектами инфраструктуры рынка.

**должен уметь:**

- создавать и использовать информационную базу для организации коммерческой деятельности предприятия;
- формировать товарный ассортимент с учетом требований рынка;
- организовать работы с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров;
- организовать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров;
- управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевом рынке;
- организовать систему сервисного обслуживания на рынке товаров;
- применять методы стимулирования сбыта (продажи);
- анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида деятельности предприятия;
- моделировать и проектировать коммерческую деятельность предприятия на рынке товаров и услуг.

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

Специальная дисциплина «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)» является составной частью науки «Теория организации» и имеет прикладное значение для изучения методических подходов организации и управления коммерческой деятельностью предприятий различных отраслей и сфер применения с целью повышения их результативности.

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности (по отраслям и сферам применения)» состоит из 9 модулей:

1- концептуальные и методологические основы организации коммерческой деятельности;

2 – планирование снабжения, сбыта и организации коммерческой деятельности в различных сферах;

3 - особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли;

4 – особенности организации и управления коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур;

5 - особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и сбыта товаров;

6 - организация сервисного обслуживания в предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности;

7 - модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий;

8 – анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия;

9 – организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.

Модули 1-3 изучаются в 7 семестре, 4-6 в 8 семестре, 7-9 – в 9 семестре.

В процессе освоения модулей студентами исходными являются знания, полученные ими ранее при изучении курсов философии, экономической теории, мировой экономики, менеджмента, маркетинга, экономики организации, социологии, финансов предприятия, коммерческого дела, а также иных дисциплин.

## **3.СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДИКА ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ**

По дисциплине «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)» входной контроль проводится в 7 семестре. Он позволяет проверить исходный уровень знаний студента и его готовность к изучению данной дисциплины. Кроме того, входной контроль дает возможность оценить остаточные знания, полученные при изучении предшествующих дисциплин и прохождении производственной практики.

Для успешного прохождения входного контроля студент обязан продемонстрировать знание формул, алгоритмов, категорий, законов, определений, методик и иных компонентов изученных дисциплин.

При этом он должен проявить эрудицию и наблюдательность, продемонстрировать кругозор и глубину мышления, а также подтвердить, что заинтересовался вопросами своей будущей профессиональной деятельности.

Входной контроль проводится на первом практическом занятии в форме тестирования.

#### **4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ( по отраслям и сферам применения)»**

№мо- дулей и мо- дуль- ных дисцип- лин	Наименование модулей. Наименование и содержание модульных единиц	Количество часов		Рей- тинг бал- лы
		ауди- торные заня- тия	самос- тоятель ная ра- бота	
1	2	3	4	5
	<b>Входной контроль</b>			<b>45</b>
<b>Мо- дуль I</b>	<b>Методологические основы организации коммерческой деятельности</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
	<b>Лекции</b>			
1	<i>Введение в организацию коммерческой деятельности</i> Понятийный аппарат. История возникновения. Предмет и метод. Цели и задачи. Место организации коммерческой деятельности среди экономических наук.	2		
2	<i>Развитие организации коммерческой деятельности</i> Уровни, факторы и периоды развития организации коммерческой деятельности. Организация коммерческой деятельности как фактор повышения конкурентоспособности фирм. Основные требования к организации коммерческой деятельности.	4		
3	<i>Сущность и классификация организационно- правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения</i> Классификация предприятий. Типология организаций как юридических лиц. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций. Основные единичные и групповые организационные	4		

	формы компаний.			
4	<i>Планирование системы распределения</i> Сущность и характеристика системы распределения продукции предприятия. Понятие, уровни и виды каналов распределения. Универсальная основа систем каналов распределения. Необходимость инноваций в системе распределения	4		
	<b>Практические занятия</b>			
1П	Понятие и содержание организации коммерческой деятельности	2	2	5
2П	Развитие организации коммерческой деятельности	4	2	5
3П	Сущность и классификация организационно-правовых форм функционирования предприятий по отраслям и сферам применения	4	2	5
4П	Планирование системы распределения	4	2	5
5П	Информационное обеспечение коммерческой деятельности	4	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
1С	Планирование системы распределения		2	
2С	Место организации коммерческой деятельности в управлении предприятием		2	
<b>М 1</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>75</b>
<b>Мо- дуль II</b>	<b>Планирование снабжения, сбыта и организации коммерческой деятельности в различных сферах</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>85</b>
	<b>Лекции</b>			
5	<i>Структура и управление коммерческими организациями.</i> Снабженческие и сбытовые отделы предприятий. Структура независимой коммерческой фирмы. Особенности управления коммерческими фирмами.	6		
6	<i>Планирование работы коммерческой фирмы.</i> Принципы составления первичного бизнес-плана. Текущее финансовое планирование работы коммерческой фирмы. Комплексное планирование.	6		
	<b>Практические занятия</b>			
6П	Структура и управление коммерческими организациями	2	2	5
7П	Планирование работы коммерческой фирмы	4	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			

3С	Особенности планирования коммерческой деятельности на промышленных предприятиях		2	
4С	Особенности планирования коммерческой деятельности на сельскохозяйственных предприятиях		2	
<b>М2</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>75</b>
<b>Мо- дуль 3</b>	<b>Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>85</b>
	<b>Лекции</b>			
7	<i>Оптовая торговля</i> Характеристика оптовой торговли. Функции, осуществляемые оптовиками для производителей и для розничной торговли. Сущность, виды и формы оптовых организаций. Современные тенденции в системе распределения и развитии оптовой торговли. Сущность стратегии выживания современных оптовых организаций.	6		
8	<i>Розничная торговля</i> Сущность и характеристика розничной торговли. Типы и виды предприятий розничной торговли. Современные форматы розничной торговли. Особенности организации и управления предприятиями розничной торговли. Маржа и цели товародвижения. Современные тенденции развития ритейла. Сетевые структуры.	6		
	<b>Практические занятия</b>			
8П	Оптовая торговля	2	2	5
9П	Розничная торговля	2	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
5С	Предприятия - организаторы оптового оборота		2	
6С	Тенденции развития розничных коммерческих предприятий		2	
<b>М3</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>75</b>
<b>ВК</b>	Выходной контроль (зачет) – по расписанию зачетной недели		15	<b>135</b>
	<b>Входной контроль</b>			<b>30</b>
<b>Модуль 4</b>	<b>Особенности организации и управления коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>60</b>

	<b>Лекции</b>			
9	<i>Институт посредничества в сфере обращения</i> Необходимость посредников в сфере обращения и целесообразность их использования. Виды посредников, использование услуг посредников. Торговый (коммерческий) посредник как основная часть инфраструктуры рынка. Место коммерческого посредника во взаимоотношениях поставщика и покупателя.	6		
10	<i>Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах</i> Организационная структура и функции, техника и технология организации и управления коммерческой деятельностью.	6		
	<b>Практические занятия</b>			
10П	Торговый (коммерческий) посредник как основная часть инфраструктуры рынка.	4	2	5
11П	Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах	6	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
7С	Документальное оформление посреднических операций		2	
8С	Основные и поддерживающие функции посредников		2	
<b>М4</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>50</b>
<b>Мо- дуль 5</b>	<b>Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и сбыта товаров</b>	<b>26</b>	<b>10</b>	<b>60</b>
	<b>Лекции</b>			
11	<i>Управление ассортиментом коммерческого предприятия</i> Формирование и развитие ассортимента товаров коммерческого предприятия. Ассортиментная политика предприятия. Технология планирования. Особенности управления марочным ассортиментом. Стратегическое и оперативное управление	8		



	ассортиментом.			
12	<i>Особенности организация закупок и поставок товаров коммерческих предприятий</i> Значение закупок в хозяйственной деятельности предприятий, основные принципы их проведения, планирование поступления и закупки товара. Базисные условия поставки товаров и договорные отношения с контрагентами, организация контроля за исполнением договорных обязательств.	6		
	<b>Практические занятия</b>			
12П	Современные формы и методы торговли	4	2	5
13П	Операции по аренде и финансовой аренде	4	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
9С	Международные конвенции, общие условия поставок и другие международные договоры.		2	
10С	Таможенное и валютное регулирование		2	
<b>М 5</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>50</b>
<b>Модуль 6</b>	<b>Организация сервисного обслуживания на предприятиях по отраслям народного хозяйства и сферам коммерческой деятельности</b>	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>60</b>
	<b>Лекции</b>			
13	<i>Заключение и исполнение подрядных контрактов</i> Общие положения подрядных контрактов, терминология, определение сторон, предмет контракта, цена и общая сумма контракта, условия и порядок платежей, сроки исполнения работ.	6		
14	<i>Взаимоотношения заказчиков и подрядчиков</i> Права и обязанности подрядчиков и заказчиков, ответственность за используемые материалы, контроль работ и отказ от их продолжения, требования к качеству и гарантии качества, санкции за ненадлежащее исполнение обязательств	6		
	<b>Практические занятия</b>			
14П	Заключение и исполнение подрядных контрактов	6	2	5
15П	Взаимоотношения заказчиков и подрядчиков	4	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
11С	Разработка модели управления стратегическими ресурсами		2	

12С	Арбитражные разбирательства споров		2	
<b>М6</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>50</b>
<b>ВК</b>	Выходной контроль (зачет) – по расписанию зачетной недели		<b>15</b>	<b>90</b>
<b>Модуль 7</b>	<b>Входной контроль</b>			<b>40</b>
	<b>Организация и ведение коммерческой деятельности предприятиями</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>80</b>
	<b>Лекции</b>			
15	<i>Комплексное планирование работы коммерческой фирмы</i> Управление работой оперативных коммерческих групп и отделов, особенности работы по управлению персоналом. Составление и контроль исполнения годовых планов по реализации бизнес-плана.	8		
16	<i>Использование приемов маркетинговой деятельности</i> Общие сведения о маркетинге, коммерческие характеристики товаров, комплексное исследование рынка, влияние маркетинга на производственную и коммерческую деятельность.	6		
17	<i>Эффективность рекламной деятельности</i> Практические рекомендации по рекламной деятельности, виды и средства современной рекламы, планирование и оценка эффективности рекламной деятельности.	6		
	<b>Практические занятия</b>			
16П	Комплексное планирование работы коммерческой фирмы	4	2	5
17П	Использование приемов маркетинговой деятельности	4	2	5
18П	Эффективность рекламной деятельности	2	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
13С	Компьютеризация управления делопроизводством		2	
14С	Принципы работы с контрагентами		2	
<b>М7</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>65</b>
<b>Модуль 8</b>	<b>Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>75</b>
	<b>Лекции</b>			
18	<i>Анализ хозяйственной и финансовой</i>	8		

	<i>деятельности коммерческих предприятий</i> Экономико-статистический анализ производственной деятельности, эффективности использования трудовых ресурсов, основных и оборотных средств, анализ деловой активности и финансовой устойчивости предприятия.			
19	<i>Стратегическое планирование работы коммерческой фирмы</i> Особенности управления коммерческими фирмами, организация работы оперативных коммерческих групп и отделов, особенности работы по управлению персоналом. компьютеризация финансового планирования, механизм комплексного стратегического планирования, компьютеризация комплексного планирования.	8		
	<b>Практические занятия</b>			
19П	Анализ хозяйственной и финансовой деятельности коммерческих предприятий	4	2	5
20П	Комплексное планирование работы коммерческой фирмы	2	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
15С	Социально-экономическая сущность кредита		2	
16С	Методика анализа статистической информации о кредите		2	
<b>М8</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>65</b>
<b>Модуль 9</b>	<b>Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>85</b>
	<b>Лекции</b>			
20	<i>Договор финансовой аренды (лизинга)</i> Субъекты и стороны договора, предмет договора, срок лизинга, переход собственности на объект лизинга, стоимость лизинга, лизинговые платежи, обязательства и права лизингодателя, обязательства и права лизингополучателя.	8		
21	<i>Торговля промышленной и интеллектуальной собственностью</i> Объекты промышленной собственности, виды лицензий, лицензионные договоры, структура лицензионных договоров и соглашений, товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товара.	8		
22	<i>Государственное регулирование</i>	6		

	<i>коммерческой деятельности</i> Направление государственного регулирования, стимулирование производства и торговли, таможенное регулирование, валютный контроль.			
	<b>Практические занятия</b>			
21П	Договор финансовой аренды (лизинга)	4	2	5
22П	Торговля промышленной и интеллектуальной собственностью	4	2	5
23П	Государственное регулирование коммерческой деятельности	4	2	5
	<b>Темы для самостоятельного изучения</b>			
17С	Понятие франчайзинга		2	
18С	Нетарифные методы государственного регулирования коммерческой деятельности		2	
<b>М9</b>	<b>Рубежный контроль</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>70</b>
	<b>Курсовой проект</b>		<b>30</b>	
<b>ВК</b>	Выходной контроль (экзамен) – по расписанию сессии		<b>24</b>	<b>120</b>

Примечание: Учебный график изучения дисциплины приведен в приложении 2.

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

*Форма обучения* по дисциплине «Организация коммерческой деятельности (по отраслям и сферам применения)» - групповая.

*Формы организации обучения* – теоретические: лекции и семинары; практические – практические занятия, групповые занятия, курсовое проектирование.

В качестве *методов профессионального обучения* используются вербальные (словесные) и наглядные (изобразительные средства наглядности – схемы, плакаты, модели, мультимедиа) методы. Используются также методы практического обучения (упражнения) и «активные» методы (деловые игры, конкурсы студенческих работ и т.д.).

*Средства обучения*, используемые в процессе преподавания данной дисциплины, относятся к экранно-звуковым, а также это средства обучения,

представляющие описание предметов и явлений условными средствами – схемы, графики, планы, книги, плакаты.

Дисциплина преподается в 7, 8 и 9 семестрах. Учебное время распределяется по видам занятий следующим образом: на лекции отводится 134 часа, на практические занятия – 102 часа, на самостоятельную работу – 184 часа.

Текущий контроль осуществляется в ходе проведения практических занятий в форме индивидуального устного собеседования. Максимальный рейтинг за каждое практическое занятие – 5 баллов. При этом учитывается прилежание студента, уровень знаний и активность работы на занятии. Баллы распределяются следующим образом: прилежание (подготовка к работе, качество оформления рабочей тетради) – 1 балл; уровень знаний – 3 балла; активность работы – 1 балл. Рубежный контроль проводится после каждого модуля в форме письменной проверки знаний (контрольные вопросы – приложение 3) либо в форме тестирования.

В целом применяется рейтинговая система оценки знаний.

## **6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

В процессе профессиональной деятельности предприниматель должен постоянно адаптироваться в 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 по направлению подготовки дипломированного специалиста 080301 устанавливается максимальный объем учебной нагрузки 54 часа в неделю, включая все виды его аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы. Объем аудиторных занятий

студента при очной форме обучения не должен превышать 27 часов в неделю; следовательно, объем самостоятельной работы не должен превышать 50 % от общего объема часов по дисциплине. Самостоятельная работа включает в себя следующие виды деятельности: подготовку к лабораторным и практическим занятиям, подготовку к рубежным и выходным контролям, изучение программного материала, не вошедшего в лекционный курс.

Всего на самостоятельную работу отводится 184 часа, из них на подготовку к рубежным контролям – 18 часов, на подготовку к практическим занятиям – 46 часов, на подготовку к зачетам и экзамену – 54 часа, на проработку тем, вынесенных на самостоятельное изучение – 36 часов, на подготовку курсового проекта 30 часов.

Для обеспечения мотивации студентов вопросы по темам, вынесенным на самостоятельное изучение, используются при проведении рубежных и выходных контролей.

## 7. СИСТЕМА ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

При изучении дисциплины используется рейтинговая система оценки знаний, умений и навыков студентов.

Итоговый рейтинг по семестрам  $R_{см}$  подсчитывается путем перевода учебных баллов в зачетные по формуле:

$$R_{см} = \frac{n \cdot B_{фак}}{B_{max}},$$

где

$n$  – количество часов аудиторных занятий по учебному плану (7-й семестр  $n = 72$ , 8-й семестр  $n = 72$ , 9-й семестр  $n = 92$ );

$B_{max}$  – максимально возможная сумма учебных баллов, которую может набрать студент (в 7,8 и 9 семестрах – баллов);

$B_{фак}$  – 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. 1).

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

Таблица 1

Критерии	1-й уровень	2-й уровень	3-й уровень
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

## 8. СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДИКА ВЫХОДНОГО КОНТРОЛЯ

В 7 и 8 семестрах в качестве выходного контроля предусмотрен зачет. На зачет выносятся учебный материал 1-6 модулей. В 9 семестре в качестве выходного контроля предусмотрен экзамен. Вопросы экзаменационных билетов формируются на основе вопросов рубежных контролей и даются в приложении 3. Экзамен проводится в форме устного опроса.

Студенты, набравшие менее 160 баллов, к экзамену не допускаются, набравшие более 160 баллов сдают экзамен, набравшим более 240 баллов

добавляют поощрительные баллы (80 – "хорошо", 120 – "отлично") и выставляют экзаменационную оценку без сдачи экзамена.

Общее максимальное количество баллов и по отдельным видам контроля приведено в табл. 2.

Таблица 2

Вид контроля	7-й семестр		8-й семестр		9-й семестр	
	Удельный вес, %	Рейтинг, баллы	Удельный вес, %	Рейтинг, баллы	Удельный вес, %	Рейтинг, баллы
Входной	10	45	10	30	10	40
Текущий	10	45	10	30	10	40
Рубежный	50	225	50	150	50	200
Выходной	30	135	30	90	30	120
<b>ИТОГО:</b>	<b>100</b>	<b>450</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>	<b>400</b>

Если студент по результатам всех видов контроля в 7-м семестре набрал от 387 до 450 баллов, ему выставляется оценка «отлично»; от 333 до 386 баллов – «хорошо» и от 270 до 332 баллов – «удовлетворительно».

Если студент по результатам всех видов контроля в 8-м семестре набрал от 258 до 300 баллов, ему выставляется оценка «отлично»; от 219 до 257 баллов – «хорошо» и от 180 до 218 баллов – «удовлетворительно».

Если студент по результатам всех видов контроля в 9-м семестре набрал от 344 до 400 баллов, ему выставляется оценка «отлично»; от 292 до 343 баллов – «хорошо» и от 240 до 291 балла – «удовлетворительно».

Соотношение между учебными баллами и оценками по рубежным и выходным видам контроля приведены в табл. 3 (7-й, 8-й и 9-й семестры).

Таблица 3

Вид контроля	Максимальный рейтинг, балл	Оценки		
		«удов»	«хорошо»	«отлично»
<b>7-й семестр</b>				
Входной В1	45	27 - 32	33 - 38	39 - 45
Текущий	45	27 - 32	33 - 38	39 - 45
Рубежный	-	-	-	-
М1	75	45 - 54	55 - 64	65 - 75
М2	75	45 - 54	55 - 64	65 - 75
М3	75	45 - 54	55 - 64	65 - 75
Итого:	225	-	-	-
Выходной ВК1 зачет	135	81 - 98	99 - 115	116 - 135
<b>8-й семестр</b>				



Входной В2	30	18 - 21	22 - 25	26 - 30
Текущий	30	18 - 21	22 - 25	26 - 30
Рубежный	-	-	-	-
М4	50	30 - 36	37 - 42	43 - 50
М5	50	30 - 36	37 - 42	43 - 50
М6	50	30 - 36	37 - 42	43 - 50
Итого:	150	-	-	-
Выходной ВК2 зачет	90	54 - 65	66 - 76	77 - 90
9-й семестр				
Входной В3	40	24 - 28	29 - 33	34 - 40
Текущий	40	24 - 28	29 - 33	34 - 40
Рубежный	-	-	-	-
М7	65	39 - 47	48 - 55	56 - 65
М8	65	39 - 47	48 - 55	56 - 65
М9	70	42 - 50	51 - 59	60 - 70
Итого:	200	-	-	-
Выходной ВК3 - экзамен	120	72 - 87	88 - 102	103 - 120

Курсовую работу необходимо выполнить и защитить до начала экзаменационной сессии. Студенты, не выполнившие и не защитившие курсовую работу, к экзамену не допускаются.

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 1.Основная

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», 2011.
4. *Егоров И.В.* Управление товарными системами: Учебное пособие. М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2012.
5. *Егоров В.Ф.* Организация торговли: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2010.
6. *Манько А.В.* Коммерция: Учебно- методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2012.
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 биржи, ЮНИТИ, 2011.

10. *Памбухчиянц В.К.* Организация и технология коммерческой деятельности: Учебник. М.: Маркетинг, 2009.

11. *Панкратов Ф.Г.* Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2009.

12. *Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К.* Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010.

13. *Половцева А.Н.* Коммерческая деятельность. М.:ИНФРА – М, 2009.

14. *Синецкий Б.И.* Основы коммерческой деятельности: Учебник. М: Юристъ, 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, 2012.

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.

## 2. Дополнительная

1. *Абрамов В.С.* Коммерческая безопасность предприятия (теория и практика). М.: Арсин Лтд, 2008.

2. *Аванесов Ю.А., Клочко А.М., Васькин С.В.* Основы коммерции на рынке ооваров и услуг: Учебник для вузов. М.: ТОО «Лкжс-арт», 2009.

3. *Баженов Ю.К., Васькин Е.В.* Организация рекламы в магазине. М., 2008.

4. *Бланк И.А.* Управление торговым предприятием. М., 2008.

5. *Герчигова И.Н.* Международное коммерческое дело. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010.

6. *Даненберг В., Монкриф Г., Тейлор В.* Основы оптовой торговли. Практический курс. СПб.: Нева-Ладога-Онега, 2011.

7. *Коммерческий портфель (Книга коммерческого менеджера. Книга аналитика. Книга коммерсанта)/ Отв.ред. Ю.Б.Рубин, В.И.Солдаткин.* М., 2010.

8. *Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке.* Екатеринбург: РИФ «Солярис», 2008.

9. *Котлер Ф.* Маркетинг, менеджмент. СПб.: Питерком, 2009.

10. *Лесохин В.В.* Информационные технологии в коммерческой деятельности: Учеб. пособие. М.: Мир книги, 2007.

11. *Маркова О.Н. и др.* Коммерческие банки и их операции. М.: ЮНИТИ, 2009

## **Информационное обеспечение**

1. Дистрибьюция на практике – видеоматериалы по управлению продажами. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.

2. Управление отделом продаж. Планирование. Организация. Контроль. - реальные примеры оценки эффективности, планирования и т.д. из деятельности известных компаний М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.

### **Фильмы, слайды, макеты:**

Учебный видеокурс «Дистрибьюция на практике» М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

### Вопросы входного контроля по дисциплине «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)»

1. Как выбрать поставщика материальных ресурсов?
2. Приведите формулу определения экономической партии заказа товара.
3. Как определить точки возобновления заказа для предприятия?
4. Рассчитайте минимальную величину полных затрат на выполнение заказов.
5. Приведите формулу расчета цены товара на момент поставки заказа (скользящая цена).
6. Дайте характеристику оптовых торговцев в соответствии с их типами.
7. Что такое «теория ненужности оптовых торговцев»?
8. Как правильно определить размещение торговых точек?
9. Основные характеристики магазинов розничной торговли.
10. Главные типы внемагазинной розничной торговли.
11. Типы организаций, занимающихся розничной торговлей.
12. Как правильно принять решения, связанные с поставками и ассортиментом товаров?
13. Приведите примеры типичных услуг в розничной торговле.
14. Сформулируйте теорию развития розничных предприятий торговли.
15. Стратегическая схема коммерческой логистики в розничной торговле.
16. Стратегии розничных торговцев.
17. Факторы, стимулирующие эффективность функционирования розничных сетей.
18. Определение наиболее производительного транспортного средства для производства погрузочно-разгрузочных работ.
19. Проверка возможности перераспределения грузов между группами транспортных средств.
20. Расчет коэффициентов загрузки по каждой группе транспортных средств.
21. Выбор складских мощностей.
22. Расчет площади склада.
23. Определение вспомогательной площади.
24. Определение границ рынка.



**УЧЕБНЫЙ ГРАФИК**

изучения дисциплины

**«Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)»**

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
	72	Номера тем лекций, практических занятий																	
		7-й семестр																	
		Модуль 1						Модуль 2						Модуль 3					
Лекции	38	1,2	2	3	3	4	4	5	5	5	6	6	6	7	7	7	8	8	8
Практические занятия	28		1	2	2	3	3	4	4	5	5		6	7	7		8	9	
Рубежный контроль	6												М1				М2		М3 ВК1
	72	8-й семестр																	
		Модуль 4						Модуль 5						Модуль 6					
		Лекции	38	9,9	9	10	10	10	11	11	11	11	12	12	12	13	13	13	14
Практические занятия	28		10	10	11	11	11		12	12	13	13		14	14	14	15	15	
Рубежный контроль	6							М4					М5						М6 ВК2
	92	9-й семестр																	
		Модуль 7						Модуль 8						Модуль 9					
		Лекции	58	15,15	15,15	16,16	16,17	17,17	18,18	18,18	19,19	19,19	20,20	20,20	21,21	21,21	22,22	22	
Практические занятия	28		16	16	17	17	18		19	19	20		21	21	22	22	23	23	
Рубежный контроль	6							М7					М8						М9 ВК3

**Вопросы рубежных контролей  
по дисциплине «Организация коммерческой деятельности  
предприятий (по отраслям и сферам применения)»**

**Раздел 1. Организационно-правовые формы функционирования  
коммерческих предприятий**

1. Какие виды и типы функционирования торговых организаций (предприятий) Вы знаете?
2. Назовите организационно-правовые формы торговых предприятий.
3. Назовите виды торговых объединений предприятий, различающихся по своей организационной структуре.
4. Перечислите основные функции отделов, входящих в коммерческую службу торговой организации (предприятия).
5. В чем проявляются различия в коммерческой деятельности торгового предприятия с маркетинговой ориентацией и сбытовой ориентацией?
6. Дайте характеристику основным принципам построения организационной структуры коммерческой службы торгового предприятия.
7. В чем заключается сущность бюджетного метода управления торговым предприятием? Назовите его основные преимущества и недостатки.
8. Как Вы оцениваете систему управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, где Вы работаете?
9. Существует ли единственно верный способ управления коммерческой деятельностью, одинаково приемлемый для всех организационных форм торговых организаций?
10. Каковы основные принципы формирования коммерческой деятельности торгового предприятия?
11. Что представляет собой современная информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия или объединения предприятий? Какова экономическая эффективность ее использования в торговом бизнесе?
12. Каковы основные стадии коммуникационного процесса как элемента системы управления торговым предприятием?
13. Раскройте понятие системы коммерческой информации, назовите ее основные подсистемы.
14. Каким образом система информационного обеспечения может принести большую пользу торговому предприятию?
15. Что необходимо учесть при выборе системы информационного обеспечения (аппаратное и программное обеспечение)?

16. Что Вы знаете об электронной коммерции и может ли она заменить традиционную торговлю? Объясните.

Раздел 2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятий оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур

1. Рассмотрите концепцию оптовой торговли как составную часть общей государственной торговой политики.

2. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях.

3. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?

4. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия.

5. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации в оптовой торговле.

6. В чем заключаются различия горизонтальных и вертикальных форм кооперации в оптовой торговле?

7. Какие организационные структуры и совместные функции торговых предприятий имеют место в рамках добровольных торговых цепочек?

8. Какие системы оптовых закупок применяются в объединениях горизонтальной и оптовой вертикальной кооперации в торговле?

9. Назовите организационные формы сбыта товаров между производителями и оптовыми торговыми предприятиями.

10. Проанализируйте сущность и составные элементы товарно-ассортиментной политики оптового предприятия,

11. Опишите стратегию и тактику оптового торгового предприятия на рынке закупок и сбыта товаров.

12. Перечислите факторы, оказывающие влияние на планирование объема и структуры продажи товаров оптовым торговым предприятием.

13. Раскройте содержание основных этапов процесса формирования объема и структуры реализации товаров.

14. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются в оптовых торговых предприятиях?

15. Какие функции работников отдела продаж Вы знаете?

16. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях.

17. Какие существуют разновидности розничной реализации продукции в зависимости от ее предназначения?

18. Назовите цели коммерческой работы розничною торгового предприятия.

19. Укажите значимость целевой программы стратегического планирования для развития коммерческой деятельности в розничной торговле.



20. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

21. Рассмотрите элементы системы управления коммерческой деятельностью розничной торговой организации (компании).

22. Каково значение товарного ассортимента для обеспечения стабильности розничной торговли и конкурентоспособности торгового предприятия?

23. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменений спроса на товары.

24. Рассмотрите содержание элементов формирования товарного ассортимента розничного торгового предприятия.

25. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой в розничном торговом предприятии.

26. Раскройте содержание этапов развития целевых рынков товаров в сфере функционирования розничного торгового предприятия.

27. Как осуществляется моделирование управления развитием целевых рынков в сфере деятельности розничного торгового предприятия?

28. Укажите основные и вспомогательные операции торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия.

29. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, Вы знаете?

30. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки товаров в розничном торговом предприятии?

31. Какие действия должен осуществлять продавец розничного торгового предприятия в зависимости от поведения покупателей?

32. Рассмотрите роль и эффективность рекламы в информировании реализуемых товаров в розничной торговле.

33. Какова роль торгово-посреднических структур в организации оптовой торговли в России?

34. В каких формах функционируют торгово-посреднические фирмы на российском товарном рынке?

35. Рассмотрите особенности торгово-посреднических операций дистрибьюторов и дилеров.

36. В чем заключается сущность комиссионной и консигнационной форм продаж товаров?

37. Какова суть посреднических услуг, выполняемых агентом по поручению принципала?

38. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.

39. Каковы особенности развития коммерческой деятельности торгово-посреднических фирм в России и зарубежных странах?

40. Какие функции осуществляют оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы Российской Федерации?

41. Каковы особенности коммерческих условий государственного контракта на поставку товаров для государственных нужд?

42. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.

43. Рассмотрите организацию коммерческой деятельности торговых домов на рынке товаров.

44. Каковы цели организации ярмарок и выставок в современных условиях?

45. Изложите сущность аукционной торговли товарами.

46. Что понимается под торгами в аукционной торговле?

47. Из каких элементов складываются определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности торгового предприятия?

48. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?

49. Какие основные экономические показатели характеризуют эффективность складского хозяйства торгового предприятия?

50. С какой целью в торговом предприятии устанавливают товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход и издержки обращения из расчета на одного работающего?

Раздел 3. Моделирование коммерческой деятельности предприятия и коммерческие инновации

1. Рассмотрите классификацию моделей коммерческой деятельности торговых предприятий
2. Изложите суть и состав коммерческих процессов, проектируемых торговыми предприятиями.
3. Укажите роль и место моделируемых коммерческих процессов в общей системе деятельности предприятия.
4. Каковы цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделирования коммерческих процессов?
5. Дайте характеристику условий построения и реализации моделей коммерческой деятельности как объекта управления: законодательство, договора, соглашения, контракты, информационное обеспечение.
6. Сформулируйте понятие нововведений в организации и технологии коммерции, укажите их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью.
7. Каково влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия?
8. В чем заключаются инвестиции в коммерческие инновации?

Раздел 4. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия

1. Рассмотрите содержание анализа коммерческой деятельности как общенаучного метода.
2. Раскройте содержание, формы и методы стратегического планирования

коммерческой деятельности. Какие основные этапы внутрифирменного планирования являются основополагающими?

3. Охарактеризуйте основные цели, задачи и этапы разработки стратегического плана коммерческой деятельности предприятия.
4. Почему при открытии магазина необходимо, в первую очередь, разработать стратегии и определить основные цели коммерческой деятельности предприятия? Кто из персонала предприятия этим занимается?
5. Раскройте содержание отдельных частей бизнес-плана, и с какой целью он составляется в торговле?
6. Какой этап составления бизнес-плана является важнейшим, и почему лишь немногие коммерсанты-предприниматели составляют бизнес-план?

Раздел 5. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.)

1. Раскройте содержание коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.
2. Перечислите основные элементы инфраструктуры рынка.
3. Каковы задачи и функции инфраструктуры рынка?
4. Дайте характеристику основных элементов инфраструктуры рынка (биржи, банки, аудиторские, консалтинговые компании, брокерские фирмы и др.)
5. Дайте классификацию рыночных инфраструктур по видам, функциям, организационному построению, формам собственности.
6. Дайте характеристику субъекта и объекта коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.
7. Раскройте систему показателей анализа эффективности коммерческой деятельности инфраструктуры рынка.
8. Раскройте основные понятия лизинга как формы реализации (сбыта) продукции.
9. В чем заключается механизм лизинга и каковы этапы заключения лизинговых сделок?
10. Раскройте методы участия банковского капитала в лизинговом бизнесе.
11. В чем заключается правовое регулирование лизинга в РФ?
12. Раскройте функции международных лизинговых операций и роль конвенции о международном лизинге.
13. Охарактеризуйте принципы организации коммерческой деятельности банка.
14. Раскройте роль банков как стимулятора рыночных преобразований в России
15. Дайте характеристику бизнес - плана коммерческого банка.
16. Раскройте роль маркетинга в обслуживании коммерческой деятельности банка.
17. В чем сущность организации безналичных расчетов в банке?
18. Раскройте порядок кредитования юридических и физических лиц в банке.

19. Охарактеризуйте факторинговые операции коммерческого банка.
20. Дайте характеристику коммерческой деятельности страховых компаний.
21. В чем заключается сущность экономического содержания страхования?

## Приложение 4

### **Вопросы выходного контроля по дисциплине «Организация коммерческой деятельности предприятий (по отраслям и сферам применения)»**

#### Раздел 1. Организационно-правовые формы функционирования коммерческих предприятий

1. Основная классификация торговых организаций (предприятий).
2. Типология организаций как юридических лиц.
3. Характеристика коммерческих и некоммерческих организаций.
4. Основные единичные и групповые организационные формы компаний.
5. Цели, функции и задачи коммерческой службы торгового предприятия.
6. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.
7. Методология управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
8. Процесс управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
9. Структура управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
10. Техника и технология управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
11. Информация как предмет коммерческого распространения.
12. Технология и индустрия коммерческого распространения информации.
13. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли.

#### Раздел 2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятия оптовой, розничной торговли, торгово- посреднических структур

## *2.1. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле*

1. Структура и составные части коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
2. Планирование и организация коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
3. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового предприятия. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
4. Стратегия и политика ценообразования товаров в оптовом предприятии.
5. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
6. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
7. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
8. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров оптовым предприятием.
9. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.
10. Организация коммерческой работы оптового торгового предприятия в сфере закупок.
11. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков оптовым предприятием.
12. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с использованием компьютерной техники.
13. Оптовые закупки и продажа потребительских товаров в оптовом торговом предприятии с использованием инструментов маркетинга.
14. Продажа товаров со склада оптового торгового предприятия: методы, организация и эффективность.
15. Отдел продажи оптового торгового предприятия и его функции.
16. Организация доставки товаров от поставщиков на склады оптовых предприятий.
17. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение оптовым торговым предприятием.
18. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.
19. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе оптового предприятия.
20. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе оптового предприятия.
21. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии.
22. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей оптового торгового предприятия.

23. Показатели эффективности коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий.

24. Затраты, связанные с коммерческими и производственными процессами оптовых предприятий, критерии их оценки.

25. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.

## *2.2. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в розничной торговле*

1. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.

2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях.

3. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.

4. Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции.

5. Исследование и анализ рынка потребительских товаров как основа развития коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.

6. Конъюнктура рынка потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельность в розничной торговле.

7. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.

8. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.

9. Организационно-экономическая характеристика типов торговых предприятий, реализующих продовольственные и непродовольственные товары.

10. Предпосылки и надежность хозяйственных связей розничных торговых предприятий с поставщиками потребительских товаров.

11. Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке и их влияние на результаты коммерческой деятельности.

12. Формирование вертикальных и горизонтальных связей розничных торговых предприятий с субъектами потребительского рынка.

13. Организационная структура управления розничного торгового предприятия как основополагающая в осуществлении коммерческой деятельности.

14. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью в розничной торговле.

15. Формирование ассортимента потребительских товаров: понятие, факторы и этапы.

16. Организация закупочной деятельности и розничном торговом предприятии.

17. Товароснабжение, как основа осуществления торгового процесс; в розничном торговом предприятии: функции, элементы, их издержки.

18. Понятие, содержание и результативность торгового процесса в розничном торговом предприятии.

19. Задачи и коммерческие функции приемки товаров в розничном торговом предприятии.

20. Задачи и коммерческие функции в процессе складирования, хранения и подготовки товаров к продаже в розничном торговом предприятии.

21. Понятие продажи товаров в розничном торговом предприятии как коммерческой сделки.

22. Методы розничной продажи потребительских товаров, их содержание и эффективность.

23. Психология и этика торгового персонала при обслуживании покупателей .

24. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.

25. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.

### *2.3. Организация и управление коммерческой деятельностью в торгово-посреднических структурах*

1. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.

2. Особенности организации и Управления коммерческой деятельности оптово-посреднических фирм Федеральной Контрактной системы РФ.

3. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах и в торговых домах.

4. Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках и ярмарках.

5. Техника и технология организации и управления коммерческой деятельностью на аукционах.

6. Торги как форма соревновательной торговли на рынке товаров (работ, услуг).

### Раздел 3. Моделирование коммерческой деятельности предприятия и коммерческие инновации

1. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий.

2. Моделирование бизнес-процессов и организационных систем в торговой организации (на предприятии).

3. Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью.

4. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия.

5. Инвестиции в коммерческие инновации в торговле.

Раздел 4. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия

1. Анализ коммерческой деятельности предприятия на рынке товаров.

2. Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.

3. Маркетинг как основа определения целей, формирования стратегий и тактики предприятия на рынке.

4. Оперативный бизнес-план как основной инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.

5. Бизнес-операция, ее ресурсное обеспечение с учетом рыночных рисков и диверсификации политики предприятия.

6. Структура и содержание бизнес-плана торгового предприятия, их особенности.

7. Система государственного регулирования коммерческой деятельности и стимулирования ее развития во внутренней торговле.

Раздел 5. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (недвижимость, банки, страховые и лизинговые компании, инжиниринг, «ноу-хау» и др.)

**1. Инфраструктура рынка: понятие, сущность, основные элементы.**

2. Цели, задачи, функции организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.

3. Механизм лизинговой сделки. Этапы заключения лизинговых сделок.

4. Основные понятия лизинга: объекты и субъекты, классификация.

5. Правовое регулирование лизинга в РФ.

6. Банки - стимуляторы рыночных преобразований в России.

7. Характеристика рынка банковских услуг.

8. Организация коммерческой деятельности по безналичным счетам банка.

9. Коммерческие операции с ценными бумагами в банке.

10. Факультативные и облигаторные договоры и их характеристика.



11. Характеристика специфики коммерческой деятельности банка.
12. Разработка бизнес - плана в коммерческом банке.
13. Совершенствование банковского обслуживания и реклама.
14. Оценка и стратегия риска в банковской системе.
15. Роль маркетинга в коммерческой деятельности банка.
16. Цели, задачи, функции коммерческой деятельности в банке.
17. Организация факторинговых услуг в банке и их коммерческая сущность.
18. Оценка кредитоспособности клиента и ее влияние на коммерческую эффективность банка.
19. Разработка комплексной маркетинговой программы банка и связь с коммерческой деятельностью.
20. Оценка кредитоспособности заемщика при страховании банковских кредитов,
21. Методы участия банковского капитала в лизинговом бизнесе.
22. Организация коммерческой деятельности по кредитным услугам банка:
23. Факультативные и облигаторные договоры страхования и их характеристика.
24. Страхование кредитных рисков и его коммерческая сущность.
25. Роль страхования в коммерческой деятельности фирм.
26. Экономическое содержание страхования и его значение в коммерческой деятельности инфраструктур рынка.
27. Страхование экспортных рисков и его коммерческая сущность.
28. Страхование предпринимательских рисков.
29. Страхование валютных рисков и его коммерческая сущность.
30. Страхование ответственности и его роль в коммерческой деятельности фирм.
31. Экономическая категория страхования, его необходимость, функции и роль в коммерческой деятельности фирмы.
32. Государственное регулирование страховой деятельности в РФ.
33. Роль и место страховой деятельности как элемента инфраструктуры в рыночной экономике.
34. Страховые компании, их цели, функции. Основные направления страховой деятельности.
35. Лизинг: основные понятия, организационные формы, правовое регулирование.