

Министерство сельского хозяйства РФ

ФГБОУ ВПО «БРЯНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА КОММЕРЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Н.А. Поседько

# «Коммерческая деятельность»

Методические рекомендации по изучению дисциплин для студентов,  
обучающихся по направлению 100700.62 Торговое дело  
профиль Коммерция



Брянск 2014

УДК 658(075)  
ББК 65.200  
П 61

Поседько Н.А. Коммерческая деятельность: Методические рекомендации по изучению дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 100700.62 Торговое дело профиль Коммерция. / Н.А. Поседько. – Брянск.: Брянская ГСХА, 2014. – 50 с.

Методические рекомендации содержат перечень рассматриваемых вопросов по темам, практические задания, тесты и предназначены для оказания помощи студентам в закреплении теоретических и изучении практических положений курса.

Контрольные вопросы, тематика рефератов, а также правила их написания направлены на организацию самостоятельной работы студентов.

Рецензент: доцент кафедры коммерции и экономического анализа, к.э.н. Каширина Н.А.

*Рекомендовано к изданию учебно-методической комиссией экономического факультета Брянской государственной сельскохозяйственной академии, протокол № от 2014 года.*

© Брянская ГСХА, 2014  
© Поседько Н.А., 2014

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
<i>Раздел 1. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности на хозяйственных предприятиях</i>	5
Тема 1. Управление коммерческой деятельностью и организация работы коммерческих служб	5
Тема 2. Планирование снабжения и сбыта	8
Тема 3. Содержание коммерческой деятельности хозяйственного предприятия	10
<i>Раздел 2. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле</i>	13
Тема 4. Оптовая торговля как сфера коммерческой деятельности	13
Тема 5. Управление коммерческой деятельностью и товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле.....	17
Тема 6. Составляющие коммерческой деятельности в оптовой торговле.....	19
Тема 7. Результаты коммерческой деятельности и безопасность оптового торгового предприятия .....	21
<i>Раздел 3. Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле.....</i>	23
Тема 8. Розничная торговля. Розничная торговая сеть ...	23
Тема 9. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.....	26
Тема 10. Структура и функции коммерческой деятельности на розничном торговом предприятии .....	28
Тема 11. Ассортиментная и ценовая политика в розничной торговле. Торговое обслуживание .....	30

<i>Раздел 4.. Организация и управление коммерческой деятельностью в структурах – организаторах оптового оборота.....</i>	32
Тема 12. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах.....	32
<i>Раздел 5 Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка.....</i>	35
Тема 13. Формирование инфраструктуры лизингового рынка РФ.....	35
Тема 14. Особенности коммерческой деятельности банка	36
Тема 15. Организация коммерческой деятельности страховых компаний .....	38
Темы рефератов.....	39
Правила написания и оформления реферата.....	42
Глоссарий.....	43
Список рекомендуемых источников.....	47

## **Введение**

Дисциплина «Коммерческая деятельность» является одной из ключевых при подготовке бакалавров данного профиля. Рекомендации содержат ряд тем, охватывающих коммерческую деятельность на предприятиях различной хозяйственной направленности, в оптовой и розничной торговле, торговло-посреднических структурах, в инфраструктуре рынка, что предполагает широкий спектр изучения аспектов коммерческой деятельности в различных сферах.

Методические рекомендации помогут студентам организовывать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров, анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность с учетом вида хозяйственной деятельности предприятий.

Для проверки и закрепления знаний предусмотрены задания, а также тесты. Содержится перечень рекомендуемых источников литературы по изучаемой дисциплине. Глоссарий определяет ряд терминов, используемых в коммерческой деятельности.

### ***Раздел 1. Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности на хозяйственных предприятиях***

#### **Тема 1. Управление коммерческой деятельностью и организация работы коммерческих служб**

##### **Вопросы:**

- 1.1. Управление коммерческой деятельностью предприятий в условиях рынка
- 1.2. Формирование организационных структур управления коммерческой деятельностью
- 1.3. Коммерческая служба хозяйственного предприятия

**Задание 1.** Провести анализ сбытовой деятельности хозяй-

ственного предприятия. Рассчитать среднюю стоимость выполненного контракта, коэффициент оборачиваемости запасов готовой продукции, объем реализованной продукции в расчете на одного сотрудника отдела сбыта, объем реализованной продукции на 1 рубль затрат на рекламу товаров. Дать оценку использования запасов на предприятии. Исходные данные представлены в табл. 1.

Таблица 1 - Исходные данные для анализа сбытовой деятельности предприятия (в сопоставимых ценах)

Показатели	20...г	20...г	20...г
Объем реализованной продукции, тыс. руб.	35470	42240	43720
Количество заключенных контрактов с покупателями, шт.	432	418	425
Количество полностью выполненных контрактов, шт.	311	338	379
Средний запас готовой продукции, тыс. руб.	745	816	764
Количество сотрудников отдела сбыта, чел	7	8	8
Затраты на рекламу товаров, тыс. руб.	67	74	61
Стоимость потребления материальных ресурсов, тыс. руб.	15632	21239	25451
Средние запасы, тыс. руб.	3324	4645	5743

**Задание 2.** Изучить цели и задачи коммерческой службы, содержание разделов должностных инструкций работников коммерческой службы.

### Тестовые задания

1. Многопрофильное торговое предприятие, интегрированное в производственную, финансовую и внешнеэкономическую сферы:

- A Торговый центр
- B Торговый дом
- C Торговый комплекс
- D Торговая компания

2. Принцип малозвенности структуры управления коммерческой деятельностью предприятий подразумевает:

A Гибкость и приспособляемость к переменам и условиям окружающей среды

В Упрощение структуры управления при сохранении стабильности и надежности

С Прием во внимание всех факторов, влияющих на принятие коммерческого решения, связь коммерческих процессов с субъектами внешней среды

Д Ориентацию на вертикальные связи

3. Принцип адаптивности структуры управления коммерческой деятельностью предприятий подразумевает:

А Гибкость и приспособляемость к переменам и условиям окружающей среды

В Упрощение структуры управления при сохранении стабильности и надежности

С Прием во внимание всех факторов, влияющих на принятие коммерческого решения, связь коммерческих процессов с субъектами внешней среды

Д Ориентацию на горизонтальные связи

4. Принцип комплексного подхода к управлению коммерческой деятельностью предприятий подразумевает:

А Гибкость и приспособляемость к переменам и условиям окружающей среды

В Упрощение структуры управления при сохранении стабильности и надежности

С Прием во внимание всех факторов, влияющих на принятие коммерческого решения, связь коммерческих процессов с субъектами внешней среды

Д Ориентацию на горизонтальные связи

5. Главная цель коммерческой службы - ...

А Увеличение объема продаж

В Координация деятельности подразделений

С Эффективная система связи

Д Изучение рынка сбыта

Е Прогнозирование спроса

## **Контрольные вопросы:**

1. Назовите основные принципы построения управления коммерческой деятельностью предприятия.
2. Назовите стили управления трудовыми коллективами. В чем их особенности?
3. Охарактеризуйте типы организационных структур предприятия.
4. Проанализируйте понятие и роль управления деятельностью предприятия в условиях рынка.
5. Назовите задачи управления коммерческой деятельностью.

## **Тема 2. Планирование снабжения и сбыта**

### **Вопросы:**

- 2.1. Задачи планирования материального обеспечения
- 2.2. План материально-технического снабжения предприятия
- 2.3. Планирование сбыта
- 2.4. Организация сбытовой деятельности

**Задание 1.** Определить объем закупок на производственном предприятии на 1 квартал. Предприятие производит изделия, на каждое из которых требуется по 31 кг исходного материала. По плану в 1 квартале необходимо изготовить 1464 изделий, на складе находится 9116 кг материала, средний остаток на конец квартала 3224 кг и, кроме того, поставщику уже заказано 12480 кг материала.

**Задание 2.** Определить оптимальный размер заказа, если ежегодно закупается около 9000 единиц товара, средняя цена 900 руб. На делопроизводство, содержание персонала в пересчете на один заказ затраты составляют 2100 руб. Хранение единицы товара обходится в 1.1 руб.



## Тестовые задания

### 1. Установите правильную последовательность

Стадии планирования материально-технического обеспечения на производственном предприятии:

- А Установление объема закупок ресурсов
- В Определение объема запасов материалов
- С Расчет ожидаемых остатков материалов на конец периода
- Д Определение общей потребности в материальных ресурсах

### 2. Формула определения объема закупок имеет вид:

- А  $L_3 = V + O_{Н} - Z_{к} + M_3$
- В  $L_3 = V - O_{Н} + Z_{к} - M_3$
- С  $L_3 = V - O_{Н} - Z_{к} - M_3$
- Д  $L_3 = V + O_{Н} + Z_{к} - M_3$

### 3. Портфель заказов предприятия - это...

- А Количество продукции, которое должно произведено и поставлено на рынок
- В Количество продукции, которое должно быть произведено и реализовано через канал сбыта
- С Количество продукции, которое должно быть произведено и поставлено покупателям в соответствии с заказами и контрактами
- Д Минимальное количество продукции, отгружаемое производителем в адрес покупателя

### 4. Норма отгрузки – это...

- А Грузоподъемность автомобиля
- В Количество продукции, которое должно быть произведено и поставлено покупателям в соответствии с заказами и контрактами
- С Метод стимулирования сбыта
- Д Минимальное количество продукции, которое производитель отгружает в адрес покупателя

### 5. \_\_сбыта производственного предприятия – это мини-

мальный уровень сбыта, при котором отсутствует убыток, но нет прибыли.

- A Точка безубыточности
- B Минимальный объем
- C Эффективность сбыта
- D План сбыта

### **Контрольные вопросы:**

1. Укажите существующие методы определения потребности хозяйственного предприятия в материальных ресурсах.
2. Расскажите о процессе планирования материальных ресурсов.
3. Раскройте сущность планирования сбыта.
4. Какие Вам известны методы стимулирования сбыта?
5. Что представляет собой сбытовая политика предприятия?

### **Тема 3. Организация коммерческой деятельности хозяйственного предприятия**

#### **Вопросы:**

- 3.1. Содержание коммерческой деятельности
- 3.2. Организационная структура и функции отдела снабжения
- 3.3. Организация деятельности аппарата сбыта
- 3.4. Взаимоотношения отделов, входящих в коммерческую службу

**Задание 1.** Обосновать выбор поставщика на основе интегрального показателя. Исходные данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Расчет интегрального показателя выбора поставщика

Критерии	Коэфф. значимости (Кз)	Поставщик 1		Поставщик 2		Поставщик 3		Поставщик 4	
		Оценка (К)	Кз* К	Оценка (К)	Кз* К	Оценка (К)	Кз* К	Оценка (К)	Кз* К
Цена единицы	1,0	100		80		80		50	
Совокупные материальные затраты	1,0	90		90		90		90	
Условия поставки	0,8	90		90		90		80	
Система оплаты	0,8	100		90		90		60	
Фасовка	0,5	100		100		100		90	
Сроки поставки продукции на предприятие после отправки заявки	0,7	90		90		90		85	
Сводный интегральный показатель	х	х		х		х		х	

### Тестовые задания

1. К деятельности отдела снабжения относятся:

- А Изучение потребностей покупателей
- В Нормирование расходов и запасов материалов
- С Определение потребности в материалах
- Д Работа с претензиями покупателей за отгруженную продукцию
- Е Организация складского хозяйства

2. (Несколько ответов)

К деятельности отдела сбыта относятся:

- А Изучение потребностей покупателей
- В Нормирование расходов и запасов материалов
- С Определение потребности в материалах
- Д Работа с претензиями покупателей за отгруженную продукцию
- Е Организация складского хозяйства

3. *(Несколько ответов)*

Отдел сбыта представляет в отдел снабжения:

- A Претензии за несвоевременную выборку заказанных ТМЦ со складов
- B Проекты годовых и квартальных планов продаж
- C Сведения об уровне запасов сырья и материалов
- D Заявки на ТМЦ для упаковки готовой продукции

4. *(Несколько ответов)*

Отдел снабжения представляет в отдел :сбыта:

- A Претензии за несвоевременную выборку заказанных ТМЦ со складов
- B Проекты годовых и квартальных планов продаж
- C Сведения об уровне запасов сырья и материалов
- D Заявки на ТМЦ для упаковки готовой продукции

### **Контрольные вопросы:**

1. Дайте краткое описание организации работы службы сбыта на хозяйственном предприятии, состава, распределения прав и обязанностей, организации контроля за исполнением.
2. Расскажите о стратегиях ориентирования сбытовой деятельности предприятия на основе учета состояния рынка, возможностей предприятия и клиентов.
3. Что представляет собой маркетинговый подход к планированию сбыта готовой продукции?
4. Какие документы представляет отдел сбыта отделу снабжения предприятия и наоборот?
5. В чем состоит цель функционирования отделов снабжения и сбыта на предприятии?

## **Раздел 2. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле**

### **Тема 4. Оптовая торговля как сфера коммерческой деятельности**

#### **Вопросы:**

- 4.1. Роль оптовой торговли, ее задачи
- 4.2. Виды оптовых структур
- 4.3. Функции оптовой торговли
- 4.4. Формы оптовой торговли

**Задача 1.** Рассчитать объемы годового дохода трех оптовых предприятий, закупающих и продающих товары (табл.3):

Таблица 3 - Данные по закупке и продаже товаров

Предприятия	Объем закупки, кг	Цена закупки, руб. за 1 кг	Цена продажи, руб. за 1 кг	Товарооборотчиваемость в днях
1	270	25,4	26,4	30
2	320	25,6	26,0	30
3	320	25,8	26,0	20

**Задание 2.** Ознакомиться с этапами технологического процесса коммерческой деятельности (табл.4):

Таблица 4 - Операции, выполняемые на различных этапах коммерческой деятельности

Этап коммерческой деятельности	Выполняемые операции
1. Сбор и анализ информации о конъюнктуре рынка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сбор информации о спросе населения</li> <li>2. Сбор информации о товарном предложении</li> <li>3. Сбор информации о производителях и поставщиках товаров</li> <li>4. Анализ полученной информации</li> </ol>
2. Определение потребности в товарах	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Расчет предполагаемого объема реализации товаров</li> <li>2. Обоснование структуры ассортимента закупаемых товаров</li> </ol>
3. Выбор поставщика товаров	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Посещение выставок и ярмарок</li> <li>2. Изучение рекламных материалов, в том числе размещенных в специальных изданиях</li> <li>3. Оценка результатов работы с поставщиками</li> <li>4. Отбор наиболее выгодных поставщиков</li> </ol>
4. Установление хозяйственных связей с поставщиками	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка проекта договора купли-продажи (поставки)</li> <li>2. Согласование условий договора</li> <li>3. Заключение договора и контроль его исполнения</li> </ol>
5. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выбор оптовых покупателей</li> <li>2. Заключение договоров с оптовыми покупателями</li> <li>3. Выбор методов оптовой продажи товаров</li> <li>4. Документальное оформление</li> <li>5. Контроль за исполнением договорных обязательств</li> <li>6. Организация товароснабжения розничной сети</li> </ol>
6. Формирование ассортимента товаров	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обеспечение необходимой широты и полноты ассортимента</li> <li>2. Обновление ассортимента товаров в зависимости от изменения спроса на них</li> <li>3. Разработка ассортиментных перечней и контроль за их выполнением</li> <li>4. Воздействие на производителей товаров с целью обновления и совершенствования выпускаемых ими товаров</li> </ol>
7. Управление товарными запасами	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение величины товарных запасов, необходимых для бесперебойного снабжения ими покупателей</li> <li>2. Поддержание товарных запасов на должном уровне</li> <li>3. Принятие мер по ускорению оборачиваемости товарных запасов</li> </ol>
8. Рекламная деятельность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выбор средств рекламы</li> <li>2. Разработка и проведение рекламной кампании</li> <li>3. Оценка эффективности проведенных рекламных мероприятий</li> </ol>
9. Оказание торговых услуг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отбор услуг, пользующихся спросом у оптовых и конечных покупателей</li> <li>2. Оказание посреднических, консультативных и других услуг оптовой торговле</li> <li>3. Оказание услуг покупателям магазинов</li> </ol>

## Тестовые задания

1. Установите соответствие между признаками классификации и видами предприятий

1. По масштабу и характеру деятельности
2. По товарной специализации
3. По месту и роли в оптовой торговле
4. В зависимости от организации сбыта и выполненных работ

- А Предприятия, приобретающие право на товар
- В Общенациональные (федеральные)
- С Универсальные
- Д Оптовые предприятия с полным циклом обслуживания

2. Оптовая торговля - это:

А Вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг потребителям

В Вид предпринимательской деятельности, связанный с торговлей товарами для последующей их перепродажи или профессиональным использованием

С Торговля или оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования

Д Активизация процессов купли-продажи с целью получения прибыли

3. При проведении операций закупочной деятельности на предприятии оптовой торговли начальным этапом является:

А Контроль за поставками партий товаров

В Выявление и изучение источников закупки товаров

С Изучение спроса покупателей

Д Формирование и предоставление заказов поставщикам на производство и поставку товаров

4. Право, данное продавцом товаров посреднику, продавать товары на определенной территории и только через данного посредника, называют:

А Равнозначным

В Полуисключительным

- С Исключительным
- D Отдельным

5. Договор поставки предусматривает:

- A Передачу продавцом покупателю товара для использования, не связанного с предпринимательской деятельностью
- B Передачу продавцом покупателю товара для использования в предпринимательской деятельности
- C Передачу продавцом покупателю собственной сельскохозяйственной продукции для переработки или продажи
- D Передачу права требования по товарным поставкам
- E Поставку товаров для государственных нужд

6. «Кэш энд керри» в переводе означает:

- A Выбирай и увози
- B Выбирай и плати
- C Плати и обладай
- D Плати и увози

7. Методы оптовой продажи со склада с предварительным ознакомлением покупателей с ассортиментом и образцами товаров осуществляются

- A По телефонным заказам
- B На основе личной отборки
- C По письменным заказам
- D По контрактам

8. Транзитная форма товародвижения предполагает:

- A Транспортировку товаров через территорию сопредельных стран
- B Поставку товаров через оптовые склады
- C Транспортировку товаров собственным транспортом
- D Прямую поставку товаров, минуя оптовые склады

9. Производственное предприятие продает товары оптовому предприятию, а оптовое в свою очередь – розничному. При этом оптовая торговля имеет...форму:



- А Двухзвенную;
- В Однозвенную;
- С Трехзвенную

*10. Установите правильную последовательность*

Процесс оптовой закупки товаров:

- А Контроль над исполнением договоров
- В Выявление источников поступления товаров и выбор поставщиков
- С Изучение и прогнозирование покупательского спроса
- Д Определение потребности в товарах
- Е Установление хозяйственных связей с поставщиками

### **Контрольные вопросы:**

1. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях.
2. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?
3. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия.
4. Что такое кооперация в оптовой торговле?
5. В чем заключаются различия горизонтальных и вертикальных форм кооперации в оптовой торговле?

### **Тема 5. Управление коммерческой деятельностью и товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле**

#### **Вопросы:**

- 5.1. Задачи, сущность и принципы управления коммерческой деятельностью в оптовом торговом предприятии
  - 5.2. Оперативная деятельность оптовых предприятий
  - 5.3. Структура аппарата управления оптового предприятия
  - 5.4. Товарная политика оптового предприятия
  - 5.5. Ассортиментная политика оптового предприятия.
- Маркетинг в оптовой торговле

**Задание 1.** Грузоотправитель ОАО «Восток» отгрузил ООО «Красоптторг» 100 коробок (мест) говядины в банках. В каждой коробке 45 банок. Вес нетто (без учета тары -1,7т, вес брутто (с учетом веса тары) 1,82т. Отпускная цена товара с учетом НДС – 22 руб. за единицу. Для доставки товара был привлечен автомобиль специализированной организации. Пробег автомобиля с грузом составляет 400 км. Грузоподъемность автомобиля 4,5 т. Стоимость перевозки 1 т груза составляет 50 руб., стоимость 1 т/км работы составляет 3,45 руб. Стоимость недогруза – 20 руб./т. Найти стоимость поставленного товара. Определить стоимость услуг автотранспортного предприятия, если кроме того, было уплачено 150 руб. за срочность заказа.

### Тестовые задания

1. Валовой доход торговли - это...

А Превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами от их приобретению за определенный период времени

В Объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени

С Часть валовой прибыли, которая остается в распоряжении торгового предприятия после уплаты в бюджет налога на прибыль

Д Объем товарооборота за период

2. Прибыль от продажи товаров - это...

А Разность между себестоимостью и товарооборотом

В Разность между валовым доходом и издержками обращения

С Разность между дебиторской и кредиторской задолженностью

Д Разность между товарооборотом и валовым доходом

3. Установите соответствие методов прогнозирования конъюнктуры и их содержанием

1. Метод экспертных оценок

2. Метод математического моделирования

3. Метод экстраполяции

А Анализ рынка за предшествующий период и установление тенденций его развития в будущем

В Изучение и сопоставление конъюнктурных факторов в настоящем и будущем высококвалифицированными специалистами

С Установление функциональной зависимости между отдельными показателями рынка через систему уравнений

4. Шахтный принцип построения предполагает структура:

А Функциональная

В Дивизиональная

С Линейная

Д Матричная

Е Линейно-функциональная

### **Контрольные вопросы:**

1. Проанализируйте сущность и составные элементы товарной политики оптового предприятия.

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

3. Как влияет ассортиментная политика на результаты работы оптового торгового предприятия.

4. Дайте характеристику процесса формирования объема и структуры продажи товаров

5. Какие преимущества получает производитель, взаимодействуя с оптовым торговым предприятием?

### **Тема 6. Составляющие коммерческой деятельности в оптовой торговле**

#### **Вопросы:**

6.1. Характеристика составляющих коммерческой деятельности

6.2. Коммерческие действия при закупках товаров

6.3. Товарные запасы в оптовой торговле, сроки оборачиваемости

6.4. Оптовая продажа товаров

6.5. Отдел продажи, его функции

**Задание 1.** Торговая организация ООО «Красоптторг» получила партию муки от Северского мукомольного завода. Цена поставщика без НДС за 1 кг муки составила 10 руб. Стоимость всей партии муки составила 4000 руб. (400 кг x 10 руб.). Мука поступила в мешках. Поставщик указал стоимость мешков (400 руб.) отдельной строкой в счете. По условиям договора тара возврату не подлежит. Мука была доставлена на склад транспортной организацией. Стоимость доставки составила 1000 руб. без НДС. Произвести расчет свободной отпускной цены.

### Тестовые задания

1. (*Несколько ответов*) Примерами вертикальной формы кооперации торговли являются ...

- А Несколько предприятий розничной торговли
- В Несколько мелкооптовых предприятий
- С Товаропроизводитель и предприятие оптовой торговли
- Д Предприятия оптовой и розничной торговли

2. (*Несколько ответов*)

Примерами горизонтальной формы кооперации торговли являются ...

- А Несколько предприятий розничной торговли
- В Несколько мелкооптовых предприятий
- С Товаропроизводитель и предприятие оптовой торговли
- Д Предприятия оптовой и розничной торговли

3. *Установите соответствие*

- 1 Метод продажи товаров
- 2 Форма продажи товаров
- 3 Процесс продажи товаров

А Организационный прием доведение товаров до покупателей

В Совокупность приемов и способов, с помощью которых осуществляется процесс продажи товаров

С Последовательность операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торгового предприятия

### **Контрольные вопросы:**

1. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются в оптовых торговых предприятиях?
2. Какие функции работников отдела продаж Вы знаете?
3. Перечислите факторы, оказывающие влияние на планирование объема и структуры продажи товаров оптовым торговым предприятием.
4. Охарактеризуйте управление товарными запасами в оптовых торговых предприятиях.
5. Укажите пути достижения оптимизации товарных запасов.

### **Тема 7. Результаты коммерческой деятельности и безопасность оптового торгового предприятия**

#### **Вопросы:**

- 7.1. Основные показатели эффективности коммерческой деятельности
- 7.2. Затраты, критерии их оценки, влияние на эффективность
- 7.3. Работы по обеспечению безопасности оптового торгового предприятия

**Задание 1.** Выберите наиболее эффективно работающее предприятие. Показатели эффективности работы предприятий приведены в таблице 5.

Таблица 5 - Показатели эффективности работы предприятий

№ предприятия	Прибыль, млн. руб	Себестоимость единицы продукции, руб.	Доходы, млн. руб.	Фондоотдача, руб.	Производительность труда, тыс. руб.
1	30,0	40,0	20,0	0,2	300
2	25,0	20,0	30,0	0,3	200
3	40,0	45,0	54,0	0,1	250
4	28,0	30,0	35,0	0,4	160
5	15,0	12,0	20,0	0,25	280
6	50,0	30,0	40,0	0,21	120
Весовые коэффициенты	0,32	0,23	0,23	0,20	0,1

### Тестовые задания

1. Элемент цены продавца, обеспечивающий ему возмещение затрат по продаже товаров и получение прибыли –

- A Торговая надбавка
- B Потребительская стоимость
- C Калькуляция
- D Бюджет фирмы

2. Валовой доход торговли - это...

A Превышение выручки от продажи товаров и услуг над затратами от их приобретению за определенный период времени

B Объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени

C Часть валовой прибыли, которая остается в распоряжении торгового предприятия после уплаты в бюджет налога на прибыль

D Объем товарооборота за период

3. Прибыль от продажи товаров - это...

A Разность между себестоимостью и товарооборотом

B Разность между валовым доходом и издержками обращения

С Разность между дебиторской и кредиторской задолженностью

D разность между товарооборотом и валовым доходом

### **Контрольные вопросы:**

1. Какие показатели отражают результаты коммерческой деятельности оптового торгового предприятия?

2. Как проводится комплексный анализ и оценка коммерческой деятельности оптового торгового предприятия?

3. Какие удельные показатели результативности деятельности предприятия Вы знаете?

4. Назовите основные направления обеспечения безопасности оптового торгового предприятия.

5. Как осуществляется контроль за доставкой товаров?

6. Какие методы защиты информации Вам известны?

7. В чем особенность страхования как метода обеспечения безопасности?

8. Как влияет электронный контроль на безопасность оптового торгового предприятия?

### ***Раздел 3. Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле***

#### **Тема 8. Розничная торговля. Розничная торговая сеть**

##### **Вопросы:**

8.1. Понятие и виды розничной торговли, ее функции. Формы торговых предприятий.

8.2. Характеристика типов торговых предприятий

8.3. Понятие розничной торговой сети, ее классификация

**Задание 1.** Магазин приобрел товар у организации, которая применяет упрощенную систему налогообложения и, следовательно, не является плательщиком НДС. Стоимость единицы товара составляет 10 руб. Торговая надбавка -35% . Определить розничную цену товара.

**Задание 2.** Дайте определения торговой сети, стационарной торговой сети. Дайте определения объектов стационарной торговли (по ГОСТу Р 51303-99)

### Тестовые задания

1. К рынкам потребительских товаров относятся ...
  - А Рынок продовольственных товаров
  - В Рынок сырья
  - С Рынок жилья
  - Д Рынок земли
  - Е Рынок непродовольственных товаров
  
2. На уравнении товарного баланса основываются методы изучения ...покупательского спроса
  - А Реализованного
  - В Формирующегося
  - С Неудовлетворенного
  - Д Импульсивного
  
3. *Установите соответствие*
  1. Метод экспертных оценок
  2. Метод математического моделирования
  3. Метод экстраполяции
  - А Анализ рынка за предшествующий период и установление тенденций его развития в будущем
  - В Изучение и сопоставление конъюнктурных факторов в настоящем и будущем высококвалифицированными специалистами
  - С Установление функциональной зависимости между отдельными показателями рынка через систему уравнений
  
4. *Установите правильную последовательность*  
Функции продавца при индивидуальном обслуживании покупателей:
  - А Совершение покупки
  - В Аргументация в пользу покупки товара



- С Принятие решения о совершении покупки
- D Установление контакта с покупателем
- E Выявление желания покупателя

5. *Установите соответствие*

- 1. Посылочная торговля
- 2. Развозная торговля
- 3. Разносная торговля

А Осуществляется с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования

В Осуществляется путем непосредственного контакта продавца с покупателем на дому, в учреждениях, организациях, предприятиях, транспорте или на улице

С Осуществляется по заказам, выполняемых путем почтовых отправок

6. Удовлетворение потребностей населения в товарах – это...

- А Объект розничной торговли
- В Предмет розничной торговли
- С Функция розничной торговли
- D Особенность розничной торговли
- E Сфера розничной торговли

7. Универсальный магазин представляет собой...

А Предприятие розничной торговли, реализующее основные группы продовольственных и/или непродовольственных товаров

В Предприятие розничной торговли, реализующее товары двух-трех групп, объединенных общностью спроса

С Предприятие розничной торговли, реализующее товары одной группы (подгруппы)

8. Операции по отпуску товаров покупателям требуют наибольших затрат времени покупателей и характерны для формы торгового обслуживания:

- A Самообслуживание;
- B Продажа товаров по образцам;
- C Продажа товаров по каталогам
- D Индивидуальное обслуживание через прилавок

9. Форма обслуживания позволяет на небольшой торговой площади представить товары в широком ассортименте и покупателям ознакомиться с ними:

- A Самообслуживание
- B Продажа товаров по образцам
- C Индивидуальное обслуживание через прилавок

### **Контрольные вопросы:**

1. Назовите цели коммерческой работы розничного торгового предприятия.

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

3. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях.

4. Чем характеризуется тип торгового предприятия?

5. Дайте характеристику основных типов торговых предприятий.

6. Какие преимущества дает специализация торговой сети и каковы ее недостатки?

7. На какие группы подразделяются магазины по признаку товарной специализации?

### **Тема 9. Организация и управление коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия**

#### **Вопросы:**

9.1. Задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия

9.2. Типы организационных структур

9.3. Коммерческая служба

## Тестовые задания

1. Цель управления коммерческой деятельностью предприятия
  - А Внедрение современных технологий закупки и продажи товаров
  - В Расширение рынков сбыта
  - С Повышение эффективности организации закупочной деятельности и сбыта
  - Д Обеспечение устойчивости развития предприятия
  
2. Конкретные функции управления коммерческой деятельностью предприятия
  - А Прогнозирование
  - В Планирование
  - С Организация
  - Д Координация и контроль
  - Е Управление закупкой и продажей товаров
  
3. Экономические методы управления коммерческой деятельностью предприятия как способы воздействия на торговый персонал осуществляются
  - А Путем принятия решений на верхнем уровне управления
  - В На основе законов и нормативных актов
  - С Исходя из результативности деятельности предприятия
  
4. Основной элемент технологии управления коммерческой деятельностью предприятия
  - А Сети связи
  - В Компьютерная и оргтехника
  - С Система документооборота
  
5. Цель оценки риска коммерческой деятельности
  - А Выявление внутренних и внешних факторов, влияющих на конкретный вид риска
  - В Анализ выявленных факторов
  - С Расчет эффективности и определение финансовой состоятельности проекта
  - Д Установление допустимого уровня и границ риска

## **Контрольные вопросы:**

1. Охарактеризуйте элементы системы управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.
2. Какие факторы влияют на выбор типа организационной структуры розничного торгового предприятия?
3. Какова роль персонала в повышении эффективности работы розничного торгового предприятия?

## **Тема 10. Структура и функции коммерческой деятельности на розничном торговом предприятии**

### **Вопросы:**

- 10.1. Формирование ассортимента потребительских товаров
- 10.2. Закупочная деятельность
- 10.3. Товароснабжение - основа торгово-коммерческого процесса
- 10.4. Организация торгового процесса
- 10.5. Продажа товаров, методы и результативность
- 10.6. Обслуживание покупателей, виды услуг

**Задание 1.** Подготовьте конъюнктурный обзор товарного рынка за последние пять лет по схеме: цель конъюнктурного обзора, обзор состояния, тенденций и перспектив развития рынка товара, влияние конъюнктуры товарного рынка на результативность продажи товара на конкретном предприятии.

**Задание 2.** Изучить порядок расчёта показателей рентабельности в торговле (табл.5).

Таблица 5 - Показатели рентабельности в торговле

Показатель	Порядок расчета
1 Прибыль (П)	
2.Рентабельность экономического потенциала, %	$\text{П} : (\Phi + \text{ОС} + \text{З}) \times 100$
3. Рентабельность затрат, %	$(\text{П} : \text{ИО}) \times 100$
4. Рентабельность товарооборота, %	$(\text{П} : \text{Т}) \times 100$
5.Рентабельность расходов на оплату труда, %	$(\text{П} : \text{З}) \times 100$
6. Рентабельность основных средств, %	$(\text{П} : \Phi) \times 100$
7. Рентабельность оборотных средств, %	$(\text{П} : \text{ОС}) \times 100$
8. Рентабельность функционирующего капитала, %	$\text{П} : (\Phi + \text{ОС}) \times 100$

### Тестовые задания

1. Процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом населения - .... ассортимента.

- А Расширение
- В Сокращение
- С Стабилизация
- Д Устойчивость
- Е Формирование

2. Торговое обслуживание представляет собой

А Результат взаимодействия продавца и покупателя по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров

В Любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой

С Деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги

3. Установите соответствие

- 1. Скорость торгового обслуживания
- 2. Культура торгового обслуживания

А Среднее время, затрачиваемое на обслуживание одного покупателя

В Совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом.

4. Индивидуальное обслуживание покупателей –это...

А Метод

В Товарная специализация магазина

С Тип торгового предприятия

Д Вид торгового предприятия

### **Контрольные вопросы:**

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

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

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

4. Какие элементы определяют уровень торгового обслуживания покупателей?

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

### **Тема 11. Ассортиментная и ценовая политика в розничной торговле. Торговое обслуживание.**

#### **Вопросы:**

11.1. Ассортиментная политика торгового предприятия

11.2. Ценовая политика.

11.3. Методы ценообразования в торговле. Ценовые средства содействия продажам

#### **Тестовые задания**

1. Показатель, выражающий экономический эффект коммерческой деятельности

- A Прибыль
- B Рентабельность товарооборота (продаж)
- C Товарооборот на одного работника
- D Товарооборот на 1 кв. м общей (торговой) площади магазина

2. Показатель, выражающий экономический эффект коммерческой деятельности

- A Прибыль
- B Рентабельность товарооборота (продаж)
- C Товарооборот на одного работника
- D Товарооборот на 1 кв. м общей (торговой) площади магазина

3. Структура ассортимента товаров

- A Часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже
- B Соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товаров
- C Ассортимент товаров, представленный в отдельном торговом предприятии
- D Ассортиментный перечень товаров

### **Контрольные вопросы:**

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

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

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

**Раздел 4. Организация и управление  
коммерческой деятельностью  
в структурах – организаторах оптового оборота**

**Тема 12. Организация и управление коммерческой  
деятельностью на товарных биржах, торговых домах,  
выставках и ярмарках, аукционах и торгах**

**Вопросы:**

12.1. Классификация оптовых рынков. Организация купли-продажи сырья и товаров.

12.2. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы.

12.3. Сущность биржевой торговли. Техника проведения биржевых операций.

12.4. Виды и условия проведения ярмарок и торгово-промышленных выставок

12.5. Понятие и значение торгов, их участники. Техника проведения торгов.

**Задание 1.** В кинотеатре установлена следующая картина зрительского спроса на билеты (табл.6):

Таблица 6 - Спрос на билеты

Цена билета	Количество билетов
300	300
200	500
150	600
100	700
50	800

Вместимость зрительного зала кинотеатра 800 мест. Все места в зале равноценны.

Затраты в расчете на 1 сеанс составляют:

- плата за прокат кинофильма - 10000 руб.,



- аренда зала (включая оплату уборки) - 5000 руб.;
- плата киномеханику - 2000руб;
- плата контролерам -1500 руб.

Определить максимально возможную прибыль за 1 сеанс.

### Тестовые задания

1. Суть аукционной торговли:

- А Периодически действующие рынки с целью заключения сделок по выставленным образцам
- В Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов
- С Продажа товаров с индивидуальными свойствами

2. *Установите правильную последовательность*

Порядок проведения товарного аукциона:

- А Оформление и исполнение аукционной сделки
- В Осмотр товаров
- С Подготовка аукциона (товара, каталога, выставки товаров)
- Д Аукционный торг

3. Аукцион, на котором устанавливают максимальную ставку, а затем снижают ее, называется:

- А Английский
- В Голландский
- С Аукцион закрытых предложений
- Д Двойной

4. Неделимая партия товаров одного вида на аукционе называется:

- А Заказ
- В Лот
- С Портфель заказа
- Д Аукционная ведомость
- Е Рекламный каталог

5. Приставка ЭКСПО в названии выставки означает:
- A Международная крупная выставка
  - B Региональная выставка
  - C Выставка на областном уровне
6. Цель биржевых сделок
- A Транспортирование партий товаров
  - B Покупка и продажа реального товара
  - C Складирование партий товаров
  - D Отгрузка партий товаров
7. Обязательство биржевого брокера по договору с клиентами
- A Внесение залога и дополнительного обеспечения биржевой сделки
  - B Представление банковской гарантии
  - C Перевозка товара
  - D Купля или продажа контракта по определенной цене товара
8. Фиксация и опубликование биржевых цен, выявившихся в процессе проведения биржевых операций, называется ... цен на рынке.
- A Котированием
  - B Конъюнктурой
  - C Базисом
9. *(Несколько ответов)*
- Составляющие подготовительного этапа проведения торгов
- A Выбор поставщика
  - B Разработка тендерной документации и ознакомление с ней участников торгов
  - C Представление предложений участниками торгов
  - D Подписание контракта

### **Контрольные вопросы:**

1. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.

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

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

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

5. Изложите сущность аукционной торговли товарами.

6. Что понимается под торгами в аукционной торговле?

## ***Раздел 5. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка***

### **Тема 13. Формирование инфраструктуры лизингового рынка РФ**

#### **Вопросы:**

13.1. Создание и лицензирование лизинговой компании

13.2. Лизинг как форма реализации (сбыта продукции), объекты и субъекты лизинга

13.3. Механизм лизинговой операции

#### **Тестовые задания**

1. Обязанность арендодателя по отношению к продавцу по договору финансовой аренды (лизинга):

А Предмет договора

В Уведомление арендодателем продавца о сдаче имущества в аренду

С Передача арендатору продавцом предмета договора

Д Ответственность продавца по договору купли-продажи

2. Изготовитель оборудования по договору финансовой аренды (лизинга)

А Лизингодатель

В Заказчик

С Поставщик

Д Посредник

3. Преимущество лизинга для участников сделки  
А Длительный срок лизинговой сделки  
В Залог имущества, страховка, банковская гарантия  
С Инвестирование лизинговых компаний  
D Согласование условий лизинга под конкретные потоки платежей и производственные потребности клиента, под особую налоговую схему

4. Цель бизнес-планирования лизинговой сделки специалистами лизинговой компании  
А Потенциальные покупатели компании  
В Определение выгод участников лизинговой сделки  
С Ответная реакция конкурентов  
D Степень проникновения на рынок

### **Контрольные вопросы:**

1. Раскройте основные понятия лизинга как формы реализации (сбыта) продукции.
2. В чем заключается механизм лизинговой сделки и каковы этапы заключения лизинговых сделок?
3. Раскройте методы участия банковского капитала в лизинговом бизнесе.
4. В чем заключается правовое регулирование лизинга в РФ?
5. Раскройте функции международных лизинговых операций и роль конвенции о международном лизинге.

## **Тема 14. Организация коммерческой деятельности банка**

### **Вопросы:**

- 14.1. Понятие, сущность и принципы классификации банковских услуг
- 14.2. Основные операции коммерческих банков
- 14.3. Банковский менеджмент и маркетинг
- 14.4. Организация коммерческой деятельности по кредитным услугам банков

## Тестовые задания

1. Деятельность банков по исполнению коммерческих сделок – это...

А Консультирование по вопросам эффективного вложения средств

В Расчетно-кассовые операции по оплате товаров

С Финансовое участие в развитии коммерческих предприятий

Д Предоставление кредитов под покупку товаров

2. Срок погашения кредита коммерческими предприятиями

А Меньше чистой доходности от приведенных коммерческих операций

В Больше (примерно в 2 раза), чем оборачиваемость среднего товарного запаса

С Под залог, гарантию, товарные запасы

Д Больше чистой доходности от приведенных коммерческих операций

3. Условие, гарантирующее банком чистоту коммерческих сделок между продавцом и покупателем,

А Ручательство третьих лиц

В Одновременное обслуживание поставщика и покупателя

С Размер уставного фонда продавца и покупателя

Д Отчетность продавца и покупателя

## Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте принципы организации коммерческой деятельности банка.

2. Раскройте роль банков как стимулятора рыночных преобразований в России

3. Дайте характеристику бизнес - плана коммерческого банка.

4. Раскройте роль маркетинга в обслуживании коммерческой деятельности банка.

5. В чем сущность организации безналичных расчетов в банке?
6. Раскройте порядок кредитования юридических и физических лиц в банке.
7. Охарактеризуйте факторинговые операции коммерческого банка.

## **Тема 15. Организация коммерческой деятельности страховых компаний**

### **Вопросы:**

- 15.1. Необходимость, функции и роль страхования
- 15.2. Основные направления страховой деятельности
- 15.3. Экономическое содержание страхования и его значение в инфраструктуре рынка
- 15.4. Организация коммерческой работы в страховой компании

### **Тестовые задания**

1. Оплата страхователем услуг страховщику по договору имущественного страхования
  - А Страховая сумма
  - В Страховая премия
  - С Страховое возмещение
  
2. Обязанность страховщика на основании договора страхования -
  - А Соглашение страхователя со страховщиком
  - В Представление страхователем страховщику сведений о каждой партии товара в обусловленный срок
  - С Обязанность выдачи страховых полисов по отдельным партиям имущества, попадающим под действие генерального полиса
  - Д В случае несоответствия содержания страхового полиса генеральному полису предпочтение отдается страховому полису

3. Оплата страхователем услуг страховщику по договору имущественного страхования

- А Страховая сумма
- В Страховая премия
- С Страховое возмещение

### **Контрольные вопросы:**

1. Дайте характеристику коммерческой деятельности страховых компаний.
2. В чем заключается сущность экономического содержания страхования?
3. Охарактеризуйте государственное регулирование страховой деятельности в РФ.

### **Темы рефератов**

1. Управление коммерческой деятельностью торгового (производственного) предприятия.
2. Организационная структура коммерческой службы, механизм ее управления, основные функции и задачи.
3. Организационно-правовые формы деятельности хозяйственных предприятий на рынке товаров и услуг.
4. Планирование снабжения хозяйственной организации (предприятия) в современных условиях.
5. Планирование сбыта продукции в хозяйственном предприятии.
6. Служба сбыта хозяйственного предприятия: организация ее работы, контроль за исполнением.
7. Организация отделов снабжения хозяйственных организаций в условиях рынка.
8. Коммерческая деятельность оптового торгового предприятия в сфере закупки и сбыта товаров.
9. Коммерческая деятельность оптового торгового предприятия на рынке товаров с ориентацией на маркетинг.
10. Комплексный подход к формированию коммерческо-хозяйственных связей в оптовой торговле на рынке товаров.

11. Планирование и технология организации закупок в оптовом торговом предприятии, функционирующем на рынке товаров.
12. Управление и оптимизация товарных запасов в оптовом торговом предприятии.
13. Организация и коммерческие позиции продажи товаров со склада оптового торгового предприятия.
14. Стратегия ценообразования в коммерческой деятельности оптового торгового предприятия на рынке товаров.
15. Комплексный анализ и оценка коммерческой деятельности оптового торгового предприятия на рынке товаров.
16. Формирование коммерческой деятельности предприятий разных форм розничной торговли.
17. Комплексный анализ рынка потребительских товаров как условие развития коммерческой деятельности в розничной торговле.
18. Развитие коммерческой деятельности розничного торгового предприятия во взаимодействии с маркетингом.
19. Формирование и развитие товарно-ассортиментной политики как основы коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
20. Товароснабжение как основа развития торгово-коммерческого процесса в розничном торговом предприятии.
21. Принципы и методы продажи потребительских товаров и их результативность в розничных торговых предприятиях.
22. Комплексная оценка коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.
23. Коммерческая стратегия биржевой торговли России на потребительском рынке.
24. Организация торговли потребительскими товарами на аукционах.
25. Организация и технология коммерческих операций на торгах.
26. Организация выставочного дела на потребительском рынке России.
27. Коммерческо-сбытовые операции производственного предприятия с торгово-посредническим звеном и их содержание.



28. Процесс разработки закупочно-сбытовой программы производственного предприятия и ее общие концепции.

29. Управление ассортиментной политикой предприятия, появление новых товаров и снятие с производства (продажи) устаревших изделий.

30. Качество обслуживания и факторы его определяющие. Оценка эффективности труда обслуживающего персонала.

31. Торговый сервис. Профессиональная этика и этикет, их проявление в процессе обслуживания покупателей.

32. Фирменный стиль сбыта (продажи) товаров, его основные элементы и роль в хозяйственной деятельности предприятия.

33. Искусство продажи и качество обслуживания покупателей производственным предприятием на отраслевом рынке.

34. Послепродажное обслуживание: его функции, стратегия и влияние на имидж предприятия.

35. Культура торговли и реклама, их роль в создании положительного образа предприятия и позиционирования на рынке.

36. Правила продажи (сбыта) товаров и ответственность за их соблюдение.

37. Работа с общественностью и защита прав потребителей.

38. Стратегии бизнеса и внутрифирменное планирование хозяйственной деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.

39. Разработка бизнес-плана как основы успешной коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.

40. Текущее планирование коммерческой деятельности хозяйственного предприятия на основе учета влияния факторов макро- и микросреды.

41. Стратегическое планирование коммерческой деятельности хозяйственной организации (компании).

42. Анализ основных коммерческих решений предприятия и организация контроля за их исполнением.

43. Развитие торговли в регионе.

44. Развитие потребительского рынка в регионе

## Правила написания и оформления реферата

**Реферат** - представляет собой теоретическое изучение какого-либо понятия

Текст работы представляется на стандартных листах писчей бумаги для машинописи или ксерокопирования формата А4 (210 x 297 мм). Работа печатается на одной стороне листа на принтере. Стандартные поля: 3 см – с левой стороны, 1,5 см – с правой стороны, 2 см – нижний и верхний поля. Шрифт Times New Roman (14 пт), междустрочный интервал полуторный, текст выравнивается по ширине, абзацный отступ 10 мм. Нумерация страниц - сверху по центру.

Как правило, применяется ниже приведенная структура реферата. Исключение составляют некоторые работы небольшого объема, в которых разделение на структурные элементы нецелесообразно.

- Титульный лист

- Оглавление. Оглавление располагают на следующей после титульного листа странице. Оно представляет собой структуру реферата с указанием наименований разделов и соответствующих им номеров страниц.

- Введение. Во введении приводят сведения об актуальности темы и степени ее освещенности в литературе. Возможно включение и других пунктов.

- Основная часть. Этот элемент структуры реферата может включать пункты (главы) и подпункты (параграфы) в рамках которых раскрывают тему и ее отдельные положения.

- Заключение. Содержит краткое изложение основных рассмотренных в реферате вопросов, подведение итогов и выводы.

- Список использованной литературы. Для написания реферата требуется 5-10 источников. Согласно правилам оформления реферата в список литературы включают не только цитированные источники, но и литературу, изученную при написании работы и упомянутую в тексте.

- Приложения. В случае наличия приложений их приводят после списка литературы

## Глоссарий

**Агент** — посредник (юридическое или физическое лицо), совершающий действие, заключающий сделку от имени другого лица (брокер, дилер, комиссионер, маклер и др.).

**Акт коммерческий** — документ, который составляется при обнаружении в пункте назначения недостачи, повреждения или порчи груза и служит основанием для предъявления получателем груза претензии о возмещении убытков.

**Акцепт** — согласие на заключение договора на предлагаемых условиях.

**Акциз** — косвенный налог, включаемый в цену товара и оплачиваемый покупателем. Акцизом облагаются, например, алкогольная продукция и табачные изделия.

**Аукцион** — способ продажи товаров с публичного торга, при котором товар или его образцы предварительно выставляют для осмотра.

**Безопасность товара** — состояние товара в обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, при котором риск вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя ограничен допустимым уровнем

**Биржа** — организованный рынок (валютный, товарный, ценных бумаг, трудовых ресурсов).

**Биржа товарная** — организация, создаваемая для проведения гласных публичных торгов, проходящих по специально установленным правилам в заранее определенном месте и в назначенное время.

**Дилер** — лицо или фирма, выступающие торговыми посредниками между продавцом и покупателем при купле-продаже товаров.

**Дистрибьютор** — оптовая фирма, оказывающая маркетинговые и посреднические услуги, получающая прибыль за счет разницы цены при закупке товаров и их продаже.

**Должностная инструкция** — нормативный документ, определяющий обязанности, права и ответственность работника, порядок и способ осуществления его деятельности.

**Каталог** — составленный в определенном порядке перечень чего-либо (товаров, услуг и т.д.).

**Каналы товародвижения** – способы доставки товара от производителя в места его потребления или продажи при оптимальных (минимальных) для продавца сбытовых издержках. Выбор эффективной системы канала товародвижения – одна из важнейших функций маркетинга. К операциям, обеспечивающим товародвижение, относятся перевозки грузов, транспортная экспедиция, страхование грузов, хранение грузов при перевозках, совершение сделок с потребителем и ведение расчетов.

**Клиент** – это юридическое или физическое лицо, пользующееся услугами или покупающее товары у другого физического или юридического лица, в этих целях вступающее с ним в деловые отношения.

**Лот** — 1) партия, серия (товаров и т. п.); название широко распространено в аукционной торговле; 2) единица измерения (особенно товаров) при сделках.

**Накладная** — документ первичного учета по перевозке грузов железнодорожным (транспортная железнодорожная накладная), автомобильным (товарно-транспортная накладная) и другими видами транспорта; сопроводительный документ к перевозимому грузу.

**Претензия** — требование кредитора к должнику об уплате долга, возмещении убытков, уплате штрафа, устранении недостатков поставленной продукции, проданной вещи или выполненной работы.

**Продавец** — организация или индивидуальный предприниматель, реализующие товары и оказывающие услуги покупателю по договору купли-продажи.

**Процесс торгового обслуживания** — последовательность операций, обеспечивающих осуществление торгового обслуживания в конкретном типе торговых предприятий.

**Коммерческий риск** – это возможные убытки в процессе осуществления коммерческой деятельности. Он может быть определен как сумма ущерба, понесенного предприятием вследствие неверного решения и расходов по его реализации. Коммерческий риск может возникнуть вследствие инфляции (в связи с падением покупательной способности денег), с ухудшением финансового положения фирмы, а также из-за невыполнения договорных обязательств контрагентами, действий конкурентов, уничтожения или порчи груза при транспортировке, в результате стихийных бедствий, из-за возможной нечестности работников фирмы. Кроме того, коммерческий риск может возникнуть по причине нестабильности социально-политической ситуации. Коммерческая деятельность без рисков невозможна, при ее планировании важно предусмотреть влияние венчурного (рискового) фактора. Для того чтобы риск был «взвешенный», необходимо: использование максимально возможного объема информации; всесторонний анализ коммерческой деятельности, финансовых результатов, эффективности партнерских связей; всестороннее исследование рынка; тщательный подбор персонала.

**Коммерческая политика** – определение перспективных (стратегических) и текущих задач коммерческой деятельности хозяйственного субъекта и способов их решения. Она зависит от развития товарного рынка, предприятия, его реальных возможностей, поиска альтернативных вариантов коммерческих действий. Без коммерческой политики невозможно успешное функционирование предприятия. К числу основных задач коммерческой политики предприятия можно отнести: усиление влияния на рынке; выявление и заполнение новых рыночных ниш; расширение ассортимента номенклатуры; повышение конкурентоспособности и уровня торгового обслуживания. Следует учесть, что коммерческая политика подлежит периодической корректировке с учетом изменяющихся условий деловой среды и новых возможностей предприятия.

**Коммерческая деятельность** – это совокупность процессов, направленных на совершение купли и продажи товаров и услуг, удовлетворение спроса покупателей, развитие рынков товаров, минимизацию издержек обращения и получение прибыли.

**Концепция коммерции** – это система научно обоснованных представлений об управлении производственно-сбытовой деятельностью предприятий в условиях рынка. Согласно этой концепции в основу организации производства и реализации продукции (товаров) ставится точное знание, предвидение и учет требований рынка исходя из запросов потребителей.

**Рынок продавца** – это такой тип рынка, на котором спрос на товар превосходит его предложение. Продавцы имеют большую власть, но более активным деятелем рынка является покупатель. Характерные черты такого рынка: наличие дефицита; недостаточное качество товара; высокие цены.

**Рынок покупателя** – это такой тип рынка, на котором спрос на товар ниже его предложения. Покупатели здесь имеют большую власть, но более активным деятелем рынка является продавец. Характерные черты такого рынка: отсутствие дефицита; удовлетворительное качество товара; тенденция к снижению цен. Именно рынок покупателя является непременным условием применения концепций коммерции.

**Торги** – это способ закупки товаров, размещения заказов, выдачи подрядов путем привлечения покупателем (заказчиком) предложений (тендеров) нескольких поставщиков (подрядчиков), выбора наиболее выгодного из них и заключения с ним сделки.

**Услуга торговли** — результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

## Список рекомендуемых источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья – М.: ИНФРА –М., 2004.
2. Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб. пособие для вузов / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2007. - 464 с
3. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова Мн.:Выш. шк., 2005.-352с
4. Голиков Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность: Учебно-практическое пособие / Е.А. Голиков. М.: Издательство «Экзамен», 2004.-272с.
5. Григорьев Ю.А. Анализ производственно-коммерческой деятельности предприятий. М.: ИНФРА-М. 2006.-167с
6. ГОСТ Р 51303-99. Торговля: Термины и определения. Изд. офиц. Дата введения 1 янв. 2000г. – М.: Госстандарт России, 2000.
7. ГОСТ Р 51304-99. Услуги розничной торговли: Общие требования. Изд. офиц. Дата введения 1 янв. 2000г.М.: Госстандарт России, 2000.
8. Дашков Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли /Дашков Л.П., Памбучиянц В.К. М.: Дашков и Ко, 2007.-1012с.
9. Егоров И.В. Теория и практика управления товарными системами / И. В. Егоров. - М. : Дашков и К, 2006. - 308 с.
10. Егоров В.Ф. Организация торговли. Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2006.- 352 с.

11. Жукова Т. Н. Коммерческая деятельность. Учеб. пособие. - СПб.: Вектор, 2006. - 256 с.
12. Иванов М. Ю. Организация и технология коммерческой деятельности : учеб. пособие / М. Ю. Иванов, М. В. Иванова. - М. : РИОР, 2006. - 97 с. - (Учебное пособие).
13. Иванова М. Б. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / М. Б. Иванова, М. Ю. Иванова. - М. : РИОР, 2005. - 97 с.
14. Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление: Учебн. пособие / В.К.Козлов, С.А. Уваров, Н.В.Яковлева и др.; Под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. \_ СПб.: Политехника, 2000.- 322с.
15. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник для вузов. - М.: Новое знание, 2007. - 509 с.
16. Кузнецов К.В. Настольная книга поставщика и закупщика: торги, конкурсы, тендеры. М.: Инфра-М.: 2006.-167с
17. Малашенко Н. П. Маркетинг на потребительском рынке : учеб. пособие для вузов / Н. П. Малашенко. - М. : Омега-Л, 2008. - 207 с.
18. Методические рекомендации по организации снабженческо-сбытовой деятельности предприятий на основе маркетинга. М.: Институт микроэкономики, 2002.-82с.
19. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. – 4-е изд. перераб. и доп. –М.: Маркетинг, 2002. – 579 с.\*
20. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. Учебник. М.: ИТК « Дашков и К», 2006.-648с.
21. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/



Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. М.: М.: КНОРУС, 2006-144 с.

22. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. - М.: Инфра-М, 2006. - 248 с. - Высшее образование

23. Практикум по коммерческой деятельности: Учеб. пособие. / Ф.Г. Панкратов и др. - М. Маркетинг, 2002. - 248 с.\*

24. Пигунова О.В. Аниськова О.Г. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.-117с.

25. Розничные торговые сети: стратегии, экономика, управление /кол. авторов: под ред. А.А. Есютина и Е.В. Карповой. М.: КНОРУС. 2008.

26. Романович Ж.А. Сервисная деятельность : учеб. для вузов / Ж. А. Романович, С.Л. Калачев; под ред. Ж.А. Романовича. - 4-е изд., переработ. и доп. - М. : Дашков и К, 2008. - 268 с.

27. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учеб. / А.М. Фридман. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2008. - 624 с.

28. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции : учебник / И.М. Синяева, Земляк С.В., Синяев В.В. ; под ред. Л.П. Дашкова. - М. : Дашков и К, 2008. - 548 с.

29. Торговое дело: учеб. пособие / О.В. Чкалова. – М.: Эксмо, 2008.-320 с.

30. Фомин Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности: Учебник.- 2-е изд. перераб. и доп. М.: Финансы и статистика.2006.-616 с.

31. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли. М.: М.: ИПК Дашков и Ко, 2006.-288 с.



Учебное издание

**Поседько Нина Акимовна**

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Методические рекомендации**

Редактор Лебедева Е.М.

Подписано к печати 6.03.2014 г. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.

Бумага печатная. Усл. п. л. 2.90. Тираж 25 экз. Изд. № 2625.

---

Издательство Брянской государственной сельскохозяйственной академии  
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянская ГСХА

