

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебно-методической работе

« 14 » _____ 2015г. А.А. Панфилов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки **38.03.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»**
Профиль/программа подготовки **КОММЕРЦИЯ**
Уровень высшего образования **БАКАЛАВРИАТ**
Форма обучения **ОЧНАЯ**

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз./зачет)
3	2 ЗЕ; 72	18	36	-	18	зачет
4	5 ЗЕ; 180	36	54	-	54	Экзамен(36), КП
Итого	7 ЗЕ; 252	54	90	-	72	Экзамен

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения курса «Коммерческая деятельность» является овладение студентами знаниями и действиями организации коммерческой деятельности, направленными на ее совершенствование в предприятиях для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли.

Курс «Коммерческая деятельность» как научная дисциплина изучает рациональную организацию коммерческих процессов в торговле с целью их наиболее эффективного выполнения, быстрейшего доведения товара до конечных потребителей путем осуществления актов купли-продажи.

В более широком смысле изучения этого курса следует отнести коммерческую сторону всего процесса движения товаров от производителей до потребителей.

В современных условиях российской экономики активно развиваются структура и формы организации коммерческой деятельности, расширяется практика самостоятельного выбора партнеров, клиентуры и экономических условий, преобразуется товаропроводящая сеть посреднических организаций, призванная обеспечить возможность широкого доступа всех потребителей к материальным ресурсам.

Задачами курса является:

- освоение методологических основ коммерческой деятельности, отражающих ее структуру, методы и средства ведения коммерческого дела, применительно к сфере обращения;
- изучение планирования и организации коммерческой деятельности; организации управления коммерческой деятельностью и персоналом торгового предприятия;
- разработка методов оптовых закупок и продаж товаров;
- рассмотрение организации коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и розничной торговле;
- обоснование формирования ассортиментной и ценовой политики предприятия, роли материально-технической базы в обеспечении коммерческой деятельности торгового предприятия;
- ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей деятельность по отраслям и сферам применения.
- изучение особенностей организации и управления коммерческой деятельности предприятий торговли;
- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности разных видов торговых предприятий с целью 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;
- изучение особенностей коммерческой деятельности субъектов оптовой и розничной торговли, торгово-посреднического звена.

Предметом дисциплины является коммерческая деятельность торговых предприятий, коммерческих организаций и предпринимателей-коммерсантов в обмене, распределении и потреблении товаров и услуг. Высокая профессиональная подготовка определяется достаточными знаниями и практическими навыками в коммерческом деле.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммерческая деятельность» является дисциплиной базового блока, входящей в программу обучения бакалавров по направлению 38.03.06 «Торговое дело». Реализуется в 3 и 4 семестрах в объеме 252 часов. Цель – формирование системных представлений об организации коммерческой деятельности торгового предприятия. Необходимым требованиям к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента при освоении данной дисциплины являются:

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно;
- знание общей характеристики процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации, средств их реализации, программного обеспечения и технологии программирования;
- умение производить расчеты математических величин;
- общие представления о деятельности коммерческих организаций, полученные на базе личного опыта покупателя и потребителя услуг.

Из дисциплин блока 1 базовой и вариативной части (модуля) Коммерческая деятельность имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами: Маркетинг, Торговое дело, Управление персоналом, Экономический анализ в торговле.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины «Коммерческая деятельность» направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные:

- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2)

Общепрофессиональные

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) (ОПК-4);

Профессиональные:

торгово-технологическая деятельность:

- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);
- организационно-управленческая деятельность:

- способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);
- способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

проектная деятельность:

В результате изучения содержания учебной дисциплины «Коммерческая деятельность» и реализации в процессе обучения требований по обеспечению профессиональной направленности, а также самостоятельной работы студенты должны:

Знать:

- структуру и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач коммерческого предприятия (ОК-2);
- способы выявления, формирования и удовлетворения потребностей потребителей (ПК-3);
- сбор, хранение, обработку и оценку информации необходимой для управления коммерческой деятельностью (ОПК-4).

Уметь:

- разрабатывать план закупок материальных ресурсов (ПК- 7);
- осуществлять выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев и управлять товародвижением (ПК-6);
- управлять товарными запасами, и их оптимизацией (ПК-7);
- изучать и прогнозировать спрос с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка (ПК-3).

Владеть (навыками):

- повышение качества торгового обслуживания покупателей (ПК-3);
- навыками ведения деловых переговоров (ПК-6);
- заключение различных договоров (ПК-6);
- управлением коммерческими рисками и их минимизацией (ОПК-4).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетные единицы, 252 часа.

№ темы	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Сущность и принципы коммерческой деятельности	3	1-2	2	2			2		2/50	
2	Субъекты коммерческой деятельности	3	3-4	2	2			2		2/50	
3	Психология и этика коммерческой дея-	3	5-6	2	4			2		3/50	Рейтинг-контроль 1

	тельности										
4	Коммерческая информация и ее правовая защита	3	7-8	2	4			2		3/50	
5	Товарные знаки в коммерческой работе	3	9-10	2	4			2		3/50	
6	Риски в коммерческой деятельности	3	11-12	2	4			2		3/50	Рейтинг-контроль 2
7	Организация хозяйственных связей в торговле, договоры в коммерческой деятельности	3	13-16	4	10			4		7/50	
8	Организация расчетов в коммерческой деятельности	3	17-18	2	6			2		4/50	Рейтинг-контроль3
	Всего за 3 семестр			18	36			18		27/50	Зачет
9	Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров	4	1-2	4	4			4		4/50	
10	Организация коммерческой деятельности по оптовой и розничной продаже товаров	4	3-4	4	4			4		4/50	
11	Организация биржевой торговли	4	5	2	4			4		3/50	
12	Организация торговли на аукционах, конкурса (тендерах)	4	6	2	4			4		3/50	Рейтинг-контроль1
13	Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами на предприятиях торговли	4	7-8	4	6			6		5/50	
14	Организация рекламно-информационной деятельности на предприятиях торговли	4	9	2	4			4		3/50	
15	Основы электронной коммерции	4	10	2	4			4		3/50	
16	Внешекономическая деятельность оптово-коммерческих структур	4	11	2	4			4		3/50	
17	Развитие лизинга (финансовой аренды)	4	12	2	4			4		3/50	Рейтинг-контроль 2
18	Франчайзинг в рыночной экономике	4	13-14	4	4			4		4/50	
19	Государственное регулирование и ре-	4	15	2	4			4		3/50	

	гламентация коммерческой деятельности предприятий									
20	Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития	4	16-17	4	4			4		4/50
21	Результаты коммерческой деятельности	4	18	2	4			4		3/50
	Всего за 4 семестр			36	54			54	КП	45/50
	Всего за год			54	90			72	КП	72/50
										Рейтинг-контроль 3
										Экзамен (36)
										Зачет, экзамен (36)

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3 СЕМЕСТР

1. Сущность и принципы коммерческой деятельности

Понятие коммерции в широком и узком смысле. Содержание коммерческой деятельности. Предмет данной дисциплины, ее структура и взаимосвязь с другими экономическими дисциплинами. Роль и место коммерческой деятельности в обществе. Задачи коммерческой деятельности в настоящее время. Принципы коммерческой деятельности. Объекты коммерческой деятельности.

2. Субъекты коммерческой деятельности

Классификация предприятий по признакам: по характеру собственности, по принадлежности капитала, по целям объединения, степени самостоятельности. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Картель, синдикат, пул, трест, концерн, холдинги т.д. Международная классификация субъектов коммерческой деятельности: фирмы, союзы, государственные органы, общественные организации.

3. Психология и этика коммерческой деятельности

Понятие о профессиональной психологии, этике и этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет. Деловой протокол. Деловые письма в коммерческой работе. Вербальная и невербальная коммуникация. Формы деловой коммуникации. Организация и проведение деловых переговоров. Коммуникативные барьеры.

4. Коммерческая информация и её правовая защита

Понятие и назначение коммерческой информации. Роль информации в коммерческой деятельности. Документооборот предприятия. Коммерческая тайна. Мероприятия по защите коммерческой информации. Информация, которая не может составлять коммерческую тайну. Ответственность за нарушение коммерческой тайны. Требования, предъявляемые к информации о товарах. Штриховое кодирование. Маркировка.

5. Товарные знаки в коммерческой работе

Товарные знаки и знаки обслуживания, их назначение, символика. Порядок регистрации товарного знака и его правовая защита. Правовые особенности пользования коллективным знаком. Использование и передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.

6. Риски в коммерческой деятельности

Риск как экономическая категория, его сущность. Критерии и принципы классификации рисков. Виды наиболее существенных рисков, возникающих в результате взаимодей-

ствия фирмы, занимающейся коммерческой деятельностью с основными контрагентами: поставщиками, производителями, покупателями, кредиторами, конкурентами, обладателями и получателями информации, банками, администрацией, налоговой инспекцией. Виды потерь, потенциальная возможность которых порождает риск в цепи поставок. Группы факторов риска в зависимости от величины потерь. Содержание составляющих процесса управления рисками. Методы снижения риска в коммерческой деятельности. Риски торговых предприятий

7. Организация хозяйственных связей в торговле, договоры в коммерческой деятельности

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей. Понятие и условия договора в коммерческой деятельности. Порядок заключения договоров. Изменение и расторжение договоров. Управление договорной работой. Общие положения и основные формы договора купли-продажи. Права и обязанности продавца и покупателя по договору купли-продажи. Договор поставки товаров. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд: основания поставки товаров для государственных нужд, порядок заключения государственного контракта. Договор контрактации. Договор аренды.

8. Организация расчетов в коммерческой деятельности

Сущность расчетов в коммерческой деятельности. Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов: расчеты платежными поручениями-требованиями, аккредитивная форма расчетов, виды аккредитивов, расчеты платежными поручениями, расчеты чеками, расчеты в порядке плановых платежей, расчеты с использованием векселей и основанные на зачете взаимных требований. Расчеты в иностранной валюте. Факторинговые операции.

4 СЕМЕСТР

9. Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров

Сущность, роль и содержание закупочной работы. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация и критерии выбора поставщика. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Претензионная работа. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров. Организация работы оптовой ярмарки. Порядок заключения договоров на ярмарки. Оптовые продовольственные рынки, их роль в закупке товаров.

10. Организация коммерческой деятельности по оптовой и розничной продаже товаров

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация хозяйственных связей. Формы и методы оптовой продажи товаров. Организация продажи товаров в магазинах кеш-энд-керри. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам. Электронная коммерция. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. Дискаунтеры. Дисконты. Методы розничной продажи товаров. Мероприятия по стимулированию сбыта. Организация оказания торговых услуг покупателям.

11. Организация биржевой торговли

Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Типы бирж. Порядок создания товарной биржи. Органы управления и структурные подразделения товарной биржи. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже.

12. Организация торговли на аукционах, конкурса (тендерах).

Сущность и виды торгов. Аукционы и конкурсы. Сущность и организационные формы аукционов. Порядок проведения аукциона. Управление аукционом. Подготовка аукциона. Аукционная сделка. Организация проведения конкурсов (тендеров). Виды торгов. Суть конкурсных торгов. Открытые, закрытые торги. Этапы проведения торгов. Значение термина «тендер». Тендерные комитеты. Тендерные условия. Выбор поставщика.

13. Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами на предприятиях торговли

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Порядок формирования и регулирования ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях. Управление товарными запасами на торговых складах. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах. Жизненный цикл товара. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине. Свойства и показатели ассортимента товаров. Виды анализа ассортимента. Ассортиментная политика. Этапы разработки ассортиментного перечня. Осуществление контроля за ассортиментом товаров. Расширение и обновление ассортимента товаров. Категорийный менеджмент.

14. Организация рекламно-информационной деятельности на предприятиях торговли

Понятие, сущность и задачи рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Реклама как метод управления. Психология потребительской мотивации поведения покупателей. Классификация и характеристика средств современной рекламы. Виды рекламных средств и условия их применения. Новые направления развития рекламной деятельности. Эффективность рекламной деятельности.

15. Электронная коммерция

История развития электронной коммерции. Виды электронной коммерции: схема B2B, схема B2C, схема C2C. Преимущества электронной коммерции для потребителей, организаций общества. Недостатки электронной коммерции. Электронная коммерция в мире и в России.

16. Внешнеэкономическая деятельность оптово-коммерческих структур

Содержание внешнеэкономических связей. Руководство внешнеэкономической деятельностью в России. Роль посредников в организации коммерческой деятельности на внешнем рынке. Услуги, оказываемые посредниками на внешнем рынке. Виды торгово-посреднических фирм. Роль торгово-промышленных палат. Международные торгово-посреднические операции: содержание, субъекты. Техника оформления внешнеторговых операций. Сделки купли-продажи: экспортные, импортные, реэкспортные, реимпортные. Товарообменные операции. Договор комиссии, индент, операции консигнации. Агентское соглашение. Формы международного научно-технического обмена: торговля лицензиями и патентами, инжиниринговыми услугами. Осуществление государством экономического и административного регулирования внешней торговли. Таможня и ее функции. Таможенные режимы. Порядок таможенного оформления и контроля грузов.

17. Развитие лизинга (финансовой аренды)

Основные виды и формы аренды. Терминология арендных отношений. Виды аренды: долгосрочная, среднесрочная, краткосрочная. Лизинговое соглашение и этапы его реализации. Субъекты и объекты лизинга. Оперативный, финансовый, возвратный, компенсационный, чистый, раздельный, револьверный лизинг, ливеридж. Лизинговая сделка. Механизм расчета лизингового платежа. Лизинговые фирмы, компании и ассоциации. Лизинговые брокерские фирмы.

18. Франчайзинг в рыночной экономике

Сущность франчайзинга. Цель франчайзинга. Основные черты и признаки франчайзинга. Виды франчайзинга (товарный, деловой, производственный, сервисный). Участники франчайзинга. Франшизные сети. Подгруппы франшизы. Экономические основы франчайзинга. Преимущества франчайзи и франчайзера. Источники доходов франчайзера. Покупка франшизы. Расходы франчайзера. Правовое регулирование франчайзинга – договор коммерческой концессии. Права и обязанности сторон по договору.

19. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий

Направление государственного регулирования экономики. Методы государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Основные функции и задачи Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. Конкуренция и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административных методов государственного регулирования рынка.

20. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития

Финансовое обеспечение коммерческой деятельности. Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле.

21. Результаты коммерческой деятельности

Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Экономическая эффективность и экономический эффект.

Перечень тем практических занятий

3 семестр

Тема 1. Сущность и принципы коммерческой деятельности

Понятие коммерческой деятельности. Общесистемные особенности коммерческой деятельности. Цели, структура и содержание коммерческой деятельности. Задачи и направления развития коммерческой деятельности. Процесс формирования коммерческой деятельности. Принципы коммерческой деятельности. Рассмотрите структуру коммерческой деятельности: объекты, инфраструктура рынка, функции. Назовите свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы. Характеристика объектов коммерческой деятельности: товары, услуги, коммерческие сделки. Сферы применения коммерческой деятельности.

Тема 2. Субъекты коммерческой деятельности

Понятие о субъектах коммерческой деятельности. Классификация, виды и характеристика субъектов коммерческой деятельности. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Картель, синдикат, пул, трест, концерн, холдинги т.д. Междуна-

родная классификация субъектов коммерческой деятельности: фирмы, союзы, государственные органы, общественные организации.

Тема 3. Психология и этика коммерческой деятельности

Психология и этика коммерческой деятельности. Этический кодекс коммерсанта. Требования к внешнему облику и речи коммерсанта. Виды коммерческих писем в деловой переписке. Деловая переписка. Основные правила делового обращения и знакомства. Основные правила ведения деловых бесед. Организация, порядок и тактика ведения деловых переговоров. Оформление результатов переговоров. Порядок ведения телефонных переговоров.

Тема 4. Коммерческая информация и ее правовая защита

Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Сущность и содержание информационного обеспечения коммерческой деятельности. Виды и содержание коммерческой информации. Правовое регулирование понятия «Коммерческая тайна». Сведения составляющие коммерческую тайну. Каналы утечки информации. Организационные меры по предотвращению утечки коммерческой информации. Технические меры применяемые для обеспечения защиты коммерческой тайны.

Тема 5. Товарные знаки в коммерческой работе

Фирменный стиль компании: его составные компоненты, товарный знак, функции товарных знаков. Виды товарных знаков. Имидж и бренд как компоненты коммерческого успеха фирмы: Понятие имиджа. Функции рекламного имиджа. Брэдинг. Оценка брэнда.

Тема 6. Риски в коммерческой деятельности

Понятие риска и рискованной ситуации. Характеристики ситуаций риска. Классификация рисков. Виды коммерческих рисков. Методы определения степени рисков. Функции коммерческих рисков и потери, связанные с риском. Основные признаки рискованной ситуации. Расчет вероятности наступления рискованного события. Методы снижения коммерческих рисков их достоинства и недостатки.

Тема 7. Организация хозяйственных связей в торговле

Сущность и содержание хозяйственных связей. Цель, формы, их содержание и нормативная база. Виды торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров. Организация и управление коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью оптово-посреднических фирм. Эффективность хозяйственных связей.

Тема 8. Договоры в коммерческой деятельности

Основные виды договоров. Условия и порядок заключения договора. Заключение договоров купли-продажи. Ответственность сторон за нарушение условий договора. Неустойка. Составление заявок и заказов на товары. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд: основания поставки товаров для государственных нужд, порядок заключения государственного контракта. Договор контрактации. Договор аренды.

Тема 9. Организация расчетов в коммерческой деятельности

Сущность и содержание коммерческих взаиморасчетов. Наличная форма расчетов. Организация кассы. Кассовая дисциплина. Безналичная форма расчетов. Формы и методы расчетов. Задачи и цели банков. Рынок банковских услуг. Функции банков. Порядок открытия счетов в банке. Виды безналичных расчетов и кассовые операции коммерческого банка. Порядок кредитования юридических и физических лиц. Понятие международных расчетов. Особенности расчетов в иностранной валюте.

4 семестр

Тема 10. Организация коммерческой деятельности по оптовым закупкам товаров

Закупка товаров. Планирование закупок. Определение источников закупок, их оценка и выбор поставщиков. Технология закупки товаров. Факторы, влияющие на цены при закупке товара. Критическая точка цены и ее определение. Роль экономии денежных средств при закупке товаров. Организация работы оптовой ярмарки. Порядок заключения договоров на ярмарки. Оптовые продовольственные рынки, их роль в закупке товаров.

Тема 11. Организация коммерческой деятельности по оптовой и розничной продаже товаров

Продажа товаров: методы, организация, эффективность. Организация системы сбыта. Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха. Особенности стимулирования сбыта в оптовой торговле. Стимулирование и его роль в жизненном цикле товара. Основные цели стимулирования продаж. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса. Прогнозирование покупательского спроса. Организация торгового процесса. Торгово-коммерческий процесс в розничном торговом предприятии. Факторы, влияющие на продажу товаров. Методы розничной продажи товаров. Обслуживание покупателей. Предпродажные и послепродажные услуги, виды и расчеты их стоимости.

Тема 12. Организация биржевой торговли

Краткая характеристика биржевой торговли. Виды биржевых сделок. Типы бирж. Порядок создания товарной биржи. Органы управления и структурные подразделения товарной биржи. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже.

Тема 13. Организация торговли на аукционах, конкурса (тендерах)

Организационная структура и функции аукциона. Техника и технология организации и управления аукционами, тендерами. Виды торгов. Суть конкурсных торгов. Открытые, закрытые торги. Этапы проведения торгов. Значение термина «тендер». Тендерные комитеты. Тендерные условия. Выбор поставщика.

Тема 14. Формирование ассортимента товаров

Выбор товаров и формирование ассортимента. Моделирование ассортиментной политики предприятий и товарного ассортимента. Факторы, определяющие построение ассортимента товаров. Управление товарной номенклатурой и ее количественная оценка. Анализ рынка потребительских товаров. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на коммерческую деятельность в торговле. Товарно-ассортиментная политика фирмы, основной и дополнительный ассортимент. Расширение и обновление ассортимента товаров. Ассортиментный перечень товаров, контроль за ассортиментом.

Тема 15. Управление товарными запасами на предприятиях торговли

Организация товародвижения, ее особенности, принципы, формы. Каналы товародвижения. Анализ и оценка затрат по каналам товародвижения. Доставка, приемка и хранение товаров на складе. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе. Работа, связанная с выполнением заказов товарополучателей и ее значение. Оформление заказов, продвижение и мероприятия по их осуществлению. Торговые операции по подготовке заказов к отгрузке. Способы доставки грузов потребителю, коммерческие условия и анализ затрат. Транспортное обслуживание потребителей, его формы и методы расчета транспортных расходов. Оп-

тимизация маршрутов доставки грузов, контроль за их соблюдением. Ведение документации по транспортным перевозкам грузов.

Тема 16. Организация рекламно-информационной деятельности на предприятиях торговли

Понятие PR. Цели и задачи рекламной деятельности. Модель организации рекламной деятельности. Структура рекламного агентства. Сегментирование целевой аудитории.

Понятие формы, структура рекламного обращения. Каналы распространения рекламных обращений. Барьеры восприятия рекламных обращений. Организация и проведение рекламных мероприятий: пресс-конференция, презентация, брифинг, пресс-тур, прием, день открытых дверей, круглый стол. Материалы для распространения в процессе проведения мероприятия для журналистов. Материалы для публикации в СМИ. Планирование и организация рекламной кампании. Оценка ее эффективности. Реклама в интернете.

Тема 17. Электронная коммерция

История развития электронной коммерции. Виды электронной коммерции: схема B2B, схема B2C, схема C2C. Преимущества электронной коммерции для потребителей, организаций общества. Недостатки электронной коммерции. Электронная коммерция в мире и в России.

Тема 18. Внешнеэкономическая деятельность оптово-коммерческих структур

Основные понятия и определения экспортно-импортных операций. Организация экспортно-импортных операций. Бартер. Клиринг. Расчет в свободно конвертируемой валюте. Этапы внешнеторговых операций. Виды торгово-посреднических фирм. Роль торгово-промышленных палат. Техника оформления внешнеторговых операций. Сделки купли-продажи: экспортные, импортные, реэкспортные, реимпортные. Договор комиссии, индент, операции консигнации. Агентское соглашение. Формы международного научно-технического обмена: торговля лицензиями и патентами, инжиниринговыми услугами.

Тема 20. Организация таможенных операций

Руководство таможенным делом. Таможенные органы РФ. Таможенные платежи. Краткая характеристика таможенных пошлин. Налог на добавленную стоимость. Акцизы. Таможенные сборы. Таможенные платежи на депозите. Распоряжение денежными средствами, внесенными на депозит таможенного органа. Таможенные режимы. Таможенное оформление. Декларирование товаров и транспортных средств

Тема 21. Развитие лизинга (финансовой аренды)

Основные понятия, субъекты и объекты лизинга. Правовое регулирование лизинга в РФ. Лизинговые компании и организационные формы лизинга в РФ. Виды лизинга. Этапы заключения лизинговых сделок, лизинговый договор. Лизинговые операции в коммерческих банках. Лизинговое соглашение и этапы его реализации. Оперативный, финансовый, возвратный, компенсационный, чистый, отдельный, револьверный лизинг, ливеридж. Механизм расчета лизингового платежа. Лизинговые фирмы, компании и ассоциации.

Тема 22. Франчайзинг в рыночной экономике

Сущность франчайзинга. Виды франчайзинга. Преимущества франчайзинга. Недостатки франчайзинга. Правовое регулирование франчайзинга в Российской Федерации. Участники франчайзинга. Франшизные сети. Подгруппы франшизы. Экономические основы франчайзинга. Источники доходов франчайзера. Покупка франшизы. Расходы франчайзера.

Тема 23. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий

Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административ-

ных методов государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Основные функции и задачи ФАС. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей.

Тема 24. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития

Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия. Источники капитала в торговле. Бюджет фирмы и его формирование. Калькуляция цены на реализуемые товары. Контроль и регулирование цены на товары. Денежные ресурсы и их роль в торговле. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле.

Тема 25. Результаты коммерческой деятельности

Результаты коммерческой деятельности. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров. Основные экономические показатели торгового предприятия (товарооборот; валовый доход; торговые издержки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом; прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров). Удельные показатели эффективности торгового предприятия (доля оборота на одного сотрудника, на 1 кв.м торговой площади, на 1 кв.м складской площади; доля валового дохода на одного сотрудника на 1 кв.м торговой площади, на 1 кв.м складской площади; доля прибыли на одного сотрудника на 1 кв.м торговой площади, на 1 кв.м складской площади; заработная плата, приходящаяся на одного сотрудника).

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

– *опережающая самостоятельная работа* – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях;

– *компьютерные информационные технологии* – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации её в компетенции;

– *case-study* – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности и поиск вариантов лучших решений;

– *проблемное обучение* – стимулирование студентов к самостоятельной «генерации» знаний, умений и навыков, необходимых для решения конкретной проблемы;

– *контекстное обучение* – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;

– *обучение на основе опыта* – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации его собственного опыта с предметом изучения.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

3 семестр

Рейтинг-контроль №1

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются четыре варианта для письменного ответа студентами.

1. Дайте определение сущности коммерческой деятельности
2. Какова структура рынка товаров в зависимости от их использования?
3. Перечислите условия, способствующие формированию коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке потребительских товаров и услуг.
4. Правила поведения в кризисной ситуации
5. Какие требования предъявляются к качеству информации?
6. Раскройте содержание коммерческой деятельности торгового предприятия.
7. Дайте характеристику товара как объекта коммерческой деятельности: по свойствам, классификации, признакам спроса и предложения, требованиям потребителей.
8. Назовите принципы построения коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях рынка.
9. В чем заключается взаимодействие коммерции с экономикой, коммерческим правом, маркетингом, менеджментом и товароведением в деятельности торгового предприятия?
10. Дайте определение товарного рынка с позиции коммерческой направленности деятельности торгового предприятия.
11. Проанализируйте стили делового общения.
12. Опишите роль невербальных коммуникаций в ведении деловой беседы?
13. Организация деловой беседы.
14. Какой стиль делового общения, на ваш взгляд наиболее приемлем при организации эффективных бизнес-коммуникаций?
15. Отличия разговора с клиентом по телефону от личной беседы
16. Рассмотрите возможность использования техники NLP и др. техник построения коммуникаций при проведении переговоров.
17. Этапы проведения переговоров.
18. Какие приемы управления конфликтами вы знаете?
19. Дайте понятие юридических лиц и перечислите их виды.
20. В чем состоят сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования?
21. Чем отличаются зарубежные холдинги от отечественных?
22. С какой целью создаются финансово-промышленные группы в России?
23. В чем заключается суть предпринимательского союза?
24. Какова роль малых предприятий в формировании рыночной экономики?
25. Назовите формы малого бизнеса в России.
26. Каковы проблемы малого бизнеса в России и пути их преодоления?
27. Какой перечень документов необходимо иметь для регистрации предприятия?
28. Каков процесс ликвидации предприятия?

Рейтинг-контроль №2

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются четыре варианта для письменного ответа студентами.

1. Методы определения и способы снижения коммерческого риска.
2. Понятие коммерческого риска и рисков ситуации.
3. Раскройте сущность информационного обеспечения коммерческой деятельности.
4. Какие меры по защите и сохранению коммерческой информации применяются в зарубежных фирмах?
5. Какие существуют правила в торговом предприятии при работе с документами, представляющими коммерческую тайну?
6. Перечислите коммерческие сведения конфиденциального характера, исключаящие ее утечку.
7. Проанализируйте товарные знаки с точки зрения продвижения позитивного имиджа фирмы.
8. Укажите источники закупки товаров и дайте им оценку.
9. Какие требования предъявляются к качеству информации?
10. В каких целях осуществляется защита коммерческой информации в торговом предприятии?
11. Какие меры по защите и сохранению коммерческой информации применяются в зарубежных фирмах?
12. Факторы, влияющие на уровень коммерческих рисков.
13. Функции коммерческих рисков и потери, связанные с риском.
14. Расчет вероятности наступления рисков события.
15. В каких целях осуществляется защита коммерческой информации в торговом предприятии?
16. Перечислите коммерческие сведения конфиденциального характера, исключаящие ее утечку.
17. Какие документы требуются для подачи заявки на регистрацию товарного знака?
18. Сколько длится регистрация товарного знака?
19. Нужно ли регистрировать товарный знак?
20. Чем отличается товарный знак от знака обслуживания?
21. Чем отличается товарный знак от фирменного наименования?
22. Зачем делать предварительную проверку знака?
23. Можно ли ускорить регистрацию товарного знака?
24. Как рассчитать стоимость регистрации товарного знака?
25. Что такое классы МКТУ?
26. Можно ли добавить классы МКТУ (товары/услуги) после подачи заявки?
27. Может ли у товарного знака быть несколько владельцев?
28. Как зарегистрировать товарный знак в другой стране?

Рейтинг-контроль №3

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются четыре варианта для письменного ответа студентами.

1. Какие условия необходимо учитывать при установлении прямых хозяйственных связей?
2. Что такое оферта и акцепт?
3. Что является существенными условиями договора?

4. Как должна быть организована сохранность денег в помещении кассы?
5. Охарактеризуйте формы безналичного расчета.
6. Функция факторинга по покрытию коммерческих рисков.
7. В чем состоит сущность прямых хозяйственных связей и их эффективность?
8. В каких формах функционируют торгово-посреднические фирмы на российском товарном рынке?
9. Каков порядок заключения договора?
10. Перечислите и охарактеризуйте основные виды договоров, применяемых в торговле.
11. Раскройте порядок кредитования юридических и физических лиц в банке.
12. Каковы особенности расчетов в иностранной валюте?
13. С какой целью организуется на предприятии касса?
14. Какими государственными правовыми актами регулируются хозяйственные связи в торговле?
15. Каков порядок заключения или расторжения договора?
16. Что такое неустойка и в чем она может выражаться?
17. Перечислите документы, необходимые для открытия счета в банке.
18. Что такое факторинг?
19. Какие формы расчетов могут применяться предприятиями?
20. На кого возложено ведение кассовых операций?
21. Дайте определение понятия хозяйственных связей в торговле.
22. Какова роль торгово-посреднических структур в организации оптовой торговли в России?
23. В какой форме может быть заключен договор?
24. В чем проявляется ответственность сторон за нарушение условий договора?
25. Какими документами оформляют поступление выдачи денег из кассы?
26. В чем особенности каждой из форм безналичных расчетов?
27. Каков порядок открытия счетов в банке?
28. Финансовая функция факторинга.

Варианты ситуационных задач

Ситуационная задача 1.

Вы собственник определенной суммы денег и решили стать предпринимателем.

В связи с этим сформулируйте преимущества и недостатки:

1. предприятия, принадлежащего индивидуальному владельцу;
2. акционерного общества;
3. полного товарищества.

Ситуационная задача 2.

На территории пригородного района разворачивается строительство жилого массива на 20 тыс. человек. В связи с этим:

- 1) выявите возможные виды коммерческой активности ;
- 2) охарактеризуйте последовательность действий для реализации отдельных видов коммерческой активности;
- 3) дайте оценку риска.

Ситуационная задача 3.

Три выпускника Лесного института решили создать общество с ограниченной ответственностью

стью и заняться ремонтом машин. У каждого из них – 5 тыс. руб. Оцените возможности успеха, дайте рекомендации.

Ситуационная задача 4.

Гражданин К. получил стоматологическое образование и планирует начать предпринимательскую деятельность. Оцените его действия и их последовательность.

Ситуационная задача 5.

Группа граждан создала общество с ограниченной ответственностью (вариант – производственный кооператив). Через месяц после создания фирмы по семейным обстоятельствам один из учредителей отказался от участия в деятельности фирмы. Какие действия необходимо предпринять оставшимся учредителям?

Ситуационная задача 6.

Консигнационное соглашение на 100 000 \$ заключено на частично-возвратной основе. 70% общего объема продаж консигнатор должен реализовать обязательно; в противном случае он обязан нереализованную часть закупить сам. Определите, на какую сумму он обязан закупить товар в свою собственность, если он реализовал товар на 50 000 \$.

Ситуационная задача 7.

Определите сумму, поступившую на расчетный счет торгового агента, абсолютную величину его комиссионного вознаграждения и основную сумму, переведенную им собственнику товара, если он реализовал 100 штук товара по цене 200 \$ за штуку, а его комиссионные – 7%.

Ситуационная задача 8.

Вы брокер. Вы продаете партию пшеницы. Определите ту сумму долларов, которую вы получите, если вы заключите фьючерсный и офсетный контракты. Фьючерсный контракт исполняется через 3 месяца. В момент его ликвидации партия пшеницы, на которую они заключены, стоит 180 000 \$, а в момент заключения фьючерсного и офсетного контрактов – 200 000 \$.

Ситуационная задача 9.

Ваш партнер предлагает получить товар на базисных условиях ДДИ (без оплаты пошлины), а вы хотели бы продать его на условиях SIF (цена, страховка, фрахт выплачивается поставщиком). Должны ли вы с ним согласиться? Какие меры должны быть предусмотрены в контракте?

Ситуационная задача 10.

В каком случае вы можете указать в контракте, что спор по сделке с иностранным партнером должен рассматривать суд третьей стороны?

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА

Реферат – краткое изложение содержания документа или его части, научной работы, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с источниками и определения целесообразности обращения к ним. Современные требования к реферату – точность и объективность в передаче сведений, полнота отображения основных элементов как по содержанию, так и по форме.

Цель реферата - не только сообщить о содержании реферируемой работы, но и дать представление о вновь возникших проблемах соответствующей отрасли науки. В учебном процессе реферат представляет собой краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания книги, учения, научного исследования и т.п. Иначе говоря, это доклад на определенную тему, освещающий её вопросы на основе обзора литературы и других источников.

Рефераты в рамках учебного процесса в вузе оцениваются по следующим основным критериями:

- актуальность содержания, высокий теоретический уровень, глубина и полнота анализа фактов, явлений, проблем, относящихся к теме;
- информационная насыщенность, новизна, оригинальность изложения вопросов; - простота и доходчивость изложения;
- структурная организованность, логичность, грамматическая правильность и стилистическая выразительность;
- убедительность, аргументированность, практическая значимость и теоретическая обоснованность предложений и выводов.

Основные этапы работы над рефератом

В организационном плане написание реферата - процесс, распределенный во времени по этапам. Все этапы работы могут быть сгруппированы в три основные: подготовительный, исполнительский и заключительный.

Подготовительный этап включает в себя поиски литературы по определенной теме с использованием различных библиографических источников; выбор литературы в конкретной библиотеке; определение круга справочных пособий для последующей работы по теме.

Исполнительский этап включает в себя чтение книг (других источников), ведение записей прочитанного.

Заключительный этап включает в себя обработку имеющихся материалов и написание реферата, составление списка использованной литературы.

Написание реферата. Определен список литературы по теме реферата. Изучена история вопроса по различным источникам, составлены выписки, справки, планы, тезисы, конспекты. Первоначальная задача данного этапа - систематизация и переработка знаний. Систематизировать полученный материал - значит привести его в определенный порядок, который соответствовал бы намеченному плану работы.

Структура реферата

Введение

Введение - это вступительная часть реферата, предваряющая текст. Оно должно содержать следующие элементы:

- а) очень краткий анализ научных, экспериментальных или практических достижений в той области, которой посвящен реферат;
- б) общий обзор опубликованных работ, рассматриваемых в реферате;
- в) цель данной работы;
- г) задачи, требующие решения.

Объем введения при объеме реферата 10-15 может составлять одну страницу.

Основная часть.

В основной части реферата студент дает письменное изложение материала по предложенному плану, используя материал из источников. В этом разделе работы формулируются основные понятия, их содержание, подходы к анализу, существующие в литературе, точки зрения на суть проблемы, ее характеристики. В соответствии с поставленной задачей делаются выводы и обобщения. Очень важно не повторять, не копировать стиль источников, а выработать свой собственный, который соответствует характеру реферируемого материала.

Заключение

Заключение подводит итог работы. Оно может включать повтор основных тезисов работы, чтобы акцентировать на них внимание читателей (слушателей), содержать общий вы-

вод, к которому пришел автор реферата, предложения по дальнейшей научной разработке вопроса и т.п. Здесь уже никакие конкретные случаи, факты, цифры не анализируются. Заключение по объему, как правило, должно быть меньше введения.

Список использованных источников

Составление списка использованной литературы. В соответствии с требованиями, предъявляемыми к реферату, докладу, необходимо составить список литературы, использованной в работе над ним.

В строго алфавитном порядке размещаются все источники, независимо от формы и содержания: официальные материалы, монографии и энциклопедии, книги и документы, журналы, брошюры и газетные статьи.

Порядок сдачи и защиты рефератов.

1. Реферат сдается на проверку преподавателю за 1-2 недели до зачетного занятия.
2. При защите реферата преподаватель учитывает: – качество – степень самостоятельности студента и проявленную инициативу – связность, логичность и грамотность составления – оформление в соответствии с требованиями кафедры.
3. Защита тематического реферата может проводиться на выделенном одном занятии в рамках часов учебной дисциплины или конференции, или по одному реферату при изучении соответствующей темы, либо по договоренности с преподавателем.
4. Защита реферата студентом предусматривает • доклад по реферату не более 5-7 минут • ответы на вопросы оппонента. На защите запрещено чтение текста реферата.

Примерные темы для написания рефератов (3 семестр)

- 1 Сущность, субъекты, объекты и принципы коммерческой деятельности.
- 2 Современные формы коммерческой деятельности в России.
- 3 Принципы и методы правового регулирования коммерческой деятельности в РФ.
- 4 Основные законодательные акты, регулирующие коммерческую деятельность в РФ.
- 5 Виды и формы коммерческой деятельности.
- 6 Услуги в сфере коммерческой деятельности.
- 7 Торгово-посреднические организации.
- 8 Виды посредников в коммерческой деятельности
- 9 Налоговое регулирование коммерческой деятельности в РФ.
- 10 Кредитование коммерческой деятельности.
- 11 Организация внешнеэкономической деятельности предприятия.
- 12 Выбор стратегии и организация коммерческой деятельности.
- 13 Предпринимательский риск и методы оценки предпринимательского риска.
- 14 Оценка эффективности инвестиционной деятельности предпринимателя.
- 15 Организация взаимодействия предпринимателя с финансовой системой и финансовым рынком.
- 16 Экономическое регулирование коммерческой деятельности в РФ.
- 17 Организационно-правовые формы коммерческой деятельности.
- 18 Организационно-экономические формы коммерческой деятельности.
- 19 Риски: виды, причины возникновения,
- 20 Управление рисками
- 21 Риск в торговле товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.

22. Формы государственной поддержки малых и средних предприятий в региональной розничной торговле.
23. Формы государственной поддержки малых и средних предприятий в региональной оптовой торговле.
24. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров.
25. Государственное регулирование качества продукции
26. Роль хозяйственных договоров в определении требований к качеству продукции
27. Государственное регулирование налогообложения предпринимателей в РФ
28. Технология принятия предпринимательских решений
29. Бизнес-план и его роль в принятии предпринимательских решений.
30. Сущность, виды и методы проведения коммерческих сделок.
31. Последствия и виды ущерба при нарушении хозяйственных договоров
32. Особенности аренды отдельных видов имущества
33. Этикет предпринимателя

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение

1. Сущность, виды и функции современной коммерческой деятельности
2. Методологические основы теории и практики коммерческой деятельности
3. Роль и значение коммерческой деятельности в современной экономической системе.
4. Сущность и источники коммерческой идеи.
5. Социально-экономическая организация как объект коммерческой.
6. Экономические границы фирмы.
7. Основные способы организации предприятия. Учредительные документы и их подготовка.
8. Уставный фонд. Ограничения и прекращение коммерческой деятельности.
9. Психология коммерческой деятельности и ее особенности.
10. Цели и социальная ответственность субъектов коммерческой деятельности.
11. Сущность, типы и формы собственности. Виды и типы предприятий.
12. Организационно-правовые формы предприятий и их особенности.
13. Влияние внешней и внутренней среды на развитие предприятия.
14. Сущность, виды, стратегия, программа и принципы маркетинговой деятельности.
15. Причины и основные риски в предпринимательстве.
16. Политика рисков. Допустимый экономический риск.
17. Сущность, функции и формы управления предприятием.
18. Набор персонала, управление персоналом на малом предприятии.
19. Этапы и методы принятия управленческих решений предпринимателем.
20. Бизнес-план как инструмент комплексного обоснования стратегии развития всех сфер деятельности предпринимателя на основе перспективного и текущего планирования.
21. Содержание и технология разработки бизнес-плана коммерческой деятельности.
22. Содержание и виды конкуренции.
23. Сущность и критерии малого предприятия
24. Социально-экономические факторы становления и развития российского малого бизнеса
25. Эволюция теоретико-методологических подходов к определению места и роли малого бизнеса.
26. Анализ ФЗ–171 «О защите прав потребителей» в ред. 2008 г.

27. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» (10.01.2003 г. № 15ФЗ).
28. Организация хозяйственных связей. ГК РФ части I, II, III.
29. Законодательное обеспечение рекламно-информационной деятельности. Анализ ФЗ «О рекламе» (13.03.2006 г.).
30. Упаковка и маркировка товаров. ФЗ О товарных рынках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров (от 12.02.2003 г.).
31. Коммерческая деятельность в свободных экономических зонах.
32. Управление рисками в торговле. Закон «О коммерческой тайне» (от 15.07.2004 г. ФЗ-98)

Вопросы к зачету 3 семестр

1. Понятие, сущность, содержание коммерческой работы.
2. Характер и содержание торговых процессов.
3. Основные типы предприятий как юридических лиц.
4. Коммерческие и некоммерческие организации, их характеристика.
5. Основные организационно-правовые формы единичных и групповых компаний.
6. Коммерческий риск, способы его уменьшения.
7. Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности.
8. Договор купли – продажи, общие положения. Порядок заключения.
9. Договор поставки, его значение.
10. Порядок заключения, изменения и расторжения договора поставки.
11. Государственный контракт, порядок заключения.
12. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей.
13. Виды оптовых посредников.
14. Организация прямых хозяйственных связей в торговле и порядок их регулирования.
15. Формы хозяйственных связей.
16. Формы и методы коммерческих расчетов.
17. Наличная и безналичная формы расчетов.
18. Порядок открытия счетов в банке.
19. Коммерческая информация – роль, содержание, организация обработки.
20. Коммерческая тайна, защита коммерческой тайны.
21. Товарные знаки, их роль в коммерческой работе.
22. Порядок регистрации товарных знаков, их защита.
23. Личностные и профессиональные требования к коммерсанту.
24. Профессиональная коммерческая этика, ее составляющие.
25. Барьеры в деловом общении.
26. Модели и стили деловых переговоров.
27. Виды коммерческой информации.
28. Правовое регулирование понятия «Коммерческая тайна».
29. Сведения составляющие коммерческую тайну.
30. Каналы утечки информации.
31. Организационные меры по предотвращению утечки коммерческой информации.
32. Технические меры применяемые для обеспечения защиты коммерческой тайны.
33. Фирменный стиль компании: его составные компоненты, товарный знак, функции товарных знаков.
34. Виды товарных знаков.

4 семестр

Рейтинг-контроль №1

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются четыре варианта для письменного ответа студентами.

1. Дайте характеристику коммерческим действиям при закупке товаров.
2. Назовите затраты, связанные с куплей и продажей товаров.
3. Укажите значимость целевой программы стратегического планирования для развития коммерческой деятельности в розничной торговле.
4. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки товаров в розничном предприятии?
5. Назовите предпродажные и послепродажные услуги розничного предприятия. Как осуществляется расчет их стоимости?
6. Перечислите основные виды затрат, связанные с коммерческими процессами оптового предприятия. Каковы критерии их оценки?
7. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
8. Укажите основные и вспомогательные операции торгово-технологического процесса розничного предприятия.
9. Перечислите методы розничной продажи товаров и дайте характеристику каждому из них.
10. Когда и как происходит разработка плана закупок.
11. Как влияют затраты на прибыль оптового предприятия?
12. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях
13. Какие действия должен осуществлять продавец розничного предприятия в зависимости от поведения покупателей?
14. Перечислите основные факторы, способствующие осуществлению закупочной деятельности.
15. Назовите цели коммерческой работы розничного торгового предприятия.
16. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, Вы знаете?
17. Какие факторы в наибольшей мере влияют на продажу товаров?
18. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки товаров в розничном предприятии?
19. Как осуществляется оформление аукционной сделки?
20. В чем суть организации конкурсов (тендеров)?
21. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.
22. Дайте характеристику основных элементов биржи.
23. Что понимается под торгами в аукционной торговле?
24. Каков порядок проведения тендеров?
25. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.
26. Изложите сущность аукционной торговли товарами.
27. Назовите факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров.
28. Опишите основные регулирующие органы коммерческой деятельности.

Рейтинг-контроль №2

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются четыре варианта для письменного ответа студентами.

1. Что означает понятие «формирование и развитие ассортимента».
2. Раскройте сущность планирования ассортимента товаров.
3. Как осуществляется контроль за ассортиментом на торговом предприятии?
4. Опишите этапы и участников рекламной деятельности.
5. Как проходит оценка результатов программы стимулирования сбыта?
6. В чем выражаются нетарифные меры регулирования внешнеторговой деятельности?
7. Какой основной документ составляется при оформлении внешнеторговой сделки? Каковы его основные элементы?
8. Назовите основные критерии и роль ассортимента в сбытовой деятельности?
9. Что представляет собой внешнеторговая деятельность?
10. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменения спроса на товары.
11. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой торгового предприятия.
12. Назовите этапы организации внешнеторговых операций.
13. В чем выражаются нетарифные меры регулирования внешнеторговой деятельности?
14. Какой основной документ составляется при оформлении внешнеторговой сделки? Каковы его основные элементы?
15. Назовите принципы таможенного права
16. Какие сведения указываются в таможенной декларации?
17. Структура таможенной службы в России.
18. Каково значение таможенных тарифов?
19. Проанализируйте таможенные режимы.
20. Охарактеризуйте виды и функции таможенных пошлин
21. Опишите цели и задачи рекламы в коммерческой деятельности.
22. Рассмотрите роль и эффективность рекламы в информировании покупателей о реализуемых товарах.
23. Какие из каналов рекламного обращения являются наиболее эффективными?
24. Какие факторы привлечения внимания к рекламному обращению вы знаете?
25. Раскройте основные понятия лизинга, как формы реализации (сбыта) продукции.
26. В чем заключается правовое регулирование лизинга в РФ.
27. В чем заключается механизм лизинговой сделки и каковы этапы заключения лизинговых сделок?
28. Перечислите виды лизинга.

Рейтинг-контроль №3

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются четыре варианта для письменного ответа студентами.

1. Недостатки международной концессии - франчайзинга для его участников.
2. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?
3. Какие основные экономические показатели характеризуют эффективность складского хозяйства торгового предприятия?

4. В чем роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности.
5. Правовое регулирование франчайзинга в России
6. Способы оценки эффективности материально-технической базы.
7. Преимущества международной концессии - франчайзинга для его участников.
8. Дайте определение понятия эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия
9. Какие расходы по осуществлению коммерческих процессов и операций занимают наибольшую долю в структуре издержек обращения?
10. Значение инвестиции в развитии материально-технической оснащенности предприятий.
11. Сущность и виды франчайзинга.
12. Из каких элементов складывается технология определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности торгового предприятия?
13. Динамика каких показателей влияет на формирование объема валового дохода торгового предприятия?
14. Источники финансового обеспечения коммерческих предприятий.
15. Назовите понятие и формы недобросовестной конкуренции на товарных рынках
16. Опишите способы защиты прав потребителей
17. Назовите цели государственного регулирования коммерческой деятельности.
18. Какие функции государственного регулирования Вам известны?
19. Раскройте направления антимонопольной и конкурентной политики
20. Перечислите законы и другие нормативные документы, регулирующие государственную защиту прав потребителей в РФ.
21. В чем выражаются задачи системы государственного регулирования торговли?
22. Назовите основные принципы построения механизма государственного регулирования
23. Какие действия хозяйствующего субъекта запрещает Закон РФ "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках"
24. Охарактеризуйте основные полномочия Федеральной антимонопольной службы
25. Перечислите объекты государственного регулирования.
26. Какова суть методов государственного регулирования?
27. Раскройте суть системы сертификации качества в РФ
28. Какие действия хозяйствующего субъекта запрещает Закон РФ "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках"

Варианты ситуационных задач

Ситуационная задача 1.

Годовая потребность компании в сырье – 2000 ед. Затраты по хранению единицы сырья – 5 д. ед. Затраты по размещению заказа – 60 д. ед.

Рассчитать оптимальный размер заказа.

Ситуационная задача 2.

Определить стоимость поставки материальных ресурсов, если стоимость месячного потребления – 36 тыс. д. ед., цена 1 т. металла 1,5 тыс. д. ед., интервал плановой поставки – 10 дней, страховой запас – 2 дня, транспортный запас – 1 день, технологический запас 5%.

Ситуационная задача 3.

Определить безубыточный объем продаж, если цена изделия 5 тыс.д. ед.; количество изделий 600 шт.; выручка о реализации 3000 тыс. д. ед.; переменные расходы на изделие 3 тыс. д. ед.; постоянные расходы 6000 тыс. д. ед.

Ситуационная задача 4.

Компания реализует электропогружные насосы. Объем реализации насосов – 9125 тыс. д. ед., в т.ч. складская реализация – 6310 тыс. д. ед.; издержки обращения – 2150 тыс. д. ед.; среднегодовые остатки вентиляторов – 982 тыс. д. ед. Какова доля прибыли от складской реализации вентиляторов?

Ситуационная задача 5.

Новое предприятие, выпускающее продукцию небольшой номенклатуры, имеющую большой спрос, работает на внутреннем рынке всего 3 года. Годовой объем сбыта составляет 20 млрд. руб. в год. На экспорт продукция не поставляется. Каждый год объем сбыта продукции увеличивается на 70-80%.

Отдел сбыта предприятия состоит из небольшой группы соратников (в количестве 6 человек) под руководством самого предпринимателя. Отношения внутри отдела сбыта являются неформальными и основаны на взаимном согласовании. Координация деятельности осуществляется посредством стандартизации квалификаций. Нет никакой необходимости в контроле. Поскольку отсутствует стандартизация процессов, незначительна и административная надстройка, поэтому начальник отдела сбыта не имеет заместителей. Такая структура отдела сбыта может быть характерна для молодых, развивающихся предприятий.

Сможет ли организационная структура и численность персонала отдела сбыта оставаться без изменения при увеличении объема сбыта до 100 млрд. руб. в год? Подготовьте обоснование своих выводов.

Если вы считаете, что рост объема сбыта продукции до 100 млрд. руб. в год потребует реорганизовать отдел сбыта предприятия, то попытайтесь сформировать новую организационную структуру этого отдела. Укажите подразделения в составе отдела сбыта, назовите их функции.

Ситуационная задача 6.

Ниже перечислены функции, которые должны выполняться в отделе материально-технического снабжения промышленного предприятия:

- исследование рынка сырья и материалов;
- определение потребности в материальных ресурсах;
- составление плана закупок материальных ресурсов с использованием стоимостного анализа заготовительной сферы;
- выбор поставщиков, когда это необходимо;
- установление хозяйственных связей с поставщиками;
- заключение договоров с поставщиками;
- установление взаимоотношений с транспортными организациями по поводу доставки сырья и материалов;
- приемка доставленных материальных ресурсов на складе;
- установление лимита на материалы и сырье цехам;
- оформление выдачи материальных ресурсов цехам.

Проанализируйте перечисленные функции. Какие из названных выше функций в наибольшей степени оказывают влияние на величину материальных затрат предприятия?

Укажите функции, которые в большей степени оказывают влияние на размер транспортных расходов предприятия.

Выберите функции, влияющие на уровень материальных запасов.

Представьте обоснование сделанных вами выводов.

Ситуационная задача 7.

Магазин закупает товар в упаковках по 2 у.е. за одну упаковку. Спрос на товар составляет 500 упаковок в год. Величина спроса равномерно распределяется в течение года. Доставка одного заказа равна 10 у.е., время доставки составляет 12 рабочих дней. Предполагается, что в году 300 рабочих дней. Среднегодовая стоимость хранения одной упаковки оценивается в 20% от ее закупочной цены. Поставщик предоставляет следующие скидки на закупочные цены:

Следует ли администрации магазина воспользоваться одной из скидок?

Размер заказа, упаковок	Скидка, %	Цена за упаковку, у.е	Стоимость хранения
0-199	0	2	
200-499	10	1,8	
500 и более	20	1,6	

Ситуационная задача 8.

Рассмотрим работу магазина, продающего бытовую технику. Администрация магазина принимает решение о сокращении запаса стиральных машин определенного вида, так как в этих запасах замораживаются большие финансовые средства. При этом если покупатель хочет приобрести данную стиральную машину, то продавец может принять заказ в период отсутствия товара на складе и обслужить покупателя после его получения.

Ситуационная задача 9.

Администрация продуктового магазина также может принять решение о снижении запасов какой-либо продукции на складе. При этом если покупатель желает приобрести продукт, отсутствующий в данном магазине, то он, естественно, не будет оставлять заказ, а просто уйдет в другой магазин.

Ситуационная задача 10.

Годовой спрос на один из товаров магазина электронной техники составляет 3000 единиц и равномерно распределяется в течение года. Год содержит 300 рабочих дней. Закупочная цена товара составляет 50 у.е. Стоимость доставки одного заказа также равна 50 у.е. и занимает 6 дней, а среднегодовые издержки хранения единицы товара составляют 20% от его цены. Начальник логистического отдела магазина рассматривает вопрос о сокращении запасов данного товара на складе с целью высвобождения соответствующих денежных средств. По его оценке расходы, связанные с отсутствием запаса на складе, снижением объема продаж, частичной утратой доверия клиентов и срочной доставкой заказа составляют 5 у.е. в год на единицу товара.

Определить оптимальные показатели логистической системы без дефицита и с дефицитом, при условии, что дефицит будет покрываться из новых поставок.

Определить величину экономии, которая достигается при введении системы планирования дефицита.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

Экзамен принимает преподаватель кафедры, как правило, имеющий ученое звание профессора или доцента, которому было поручено вести курс лекций. В случае, когда отдельные разделы курса читаются несколькими преподавателями, экзамен может проводиться с их участием, но с выставлением одной оценки. На экзаменах вправе присутствовать заведующий кафедрой. Он же вправе разрешать присутствие на них преподавателей кафедры в порядке

получения педагогического опыта. Присутствие на экзаменах посторонних лиц без разрешения ректора вуза, проректора по учебной работе или декана не допускается.

Цель экзамена — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине финансового права, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве финансово-правовых норм, дефиниций и категорий финансового права. Оценке подлежит также правильность и грамотность речи студента. Дополнительной целью экзамена является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, экзамен по коммерческой деятельности проверяет сложившуюся у студента систему знаний по данной отрасли предмета и играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению фундаментальной и специальной подготовки в области торгового дела.

При подготовке к экзамену студент правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам, утвержденным кафедрой в качестве экзаменационных. Во время подготовки к экзамену студенты также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение семестра. Это позволяет им уяснить логическую структуру курса финансового права, объединить отдельные темы единую систему, увидеть перспективы развития науки финансового права, а также финансового законодательства.

При подготовке к экзамену у студентов возникает немало вопросов и трудностей, начиная с вопросов о том, как и по каким учебникам готовиться и как выстроить ответ, чтобы получить наивысшую оценку, и заканчивая вопросами о том, как изложить свою собственную позицию по проблемным темам курса.

Рекомендуемые для подготовки к экзаменам учебники и специальную литературу преподаватели называют студентам еще на первых лекциях. Как правило, это книги центральных издательств, рекомендованные Министерством образования РФ в качестве учебника для студентов высших учебных заведений.

Студент в целях получения качественных и системных знаний должен начинать подготовку к экзамену задолго до его проведения, лучше с самого начала лекционного курса.

Для этого на кафедрах имеются базисные (основные) вопросы. Целесообразно воспользоваться программой курса, помещенной в настоящем пособии.

Самостоятельная работа по подготовке к экзамену во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на экзамен, так, чтобы за предоставленный срок (составляющий, как правило, не более 5 дней) он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала. На данном (заключительном) этапе подготовки к экзамену целесообразно осуществлять повторение изученного материала в группе, но с небольшим количеством участников (до 5—6 чел.). Это позволит существенно сократить время на повторение, так как в группе обязательно найдется студент, который без обращения к учебникам и текстам лекций хорошо помнит основное содержание вопроса, остальные же участники группы один за другим вспоминают конкретные нюансы рассматриваемой проблемы.

Такой метод рекомендуется, прежде всего, тем студентам, кто пользуется наиболее традиционным способом запоминания материала — его повторением. Между тем современные психологи считают, что запоминать — такое же умение, как читать, писать или петь. Для

приобретения разнообразных навыков по регистрации, сохранению и воспроизведению информации студент может либо самостоятельно воспользоваться современными новейшими методиками по улучшению функций памяти, либо посещать соответствующие специально организованные тренинги и практические занятия.

К экзамену допускаются студенты, которые систематически, в течение всего семестра работали на занятиях и показали уверенные знания по вопросам, выносившимся на групповые занятия.

Непосредственная подготовка к экзамену осуществляется по вопросам, представленным в данном пособии. Тщательно изучите формулировку каждого вопроса, вникните в его суть, составьте план ответа. Обычно план включает в себя: показ теоретической и практической значимости рассматриваемого вопроса; обзор освещения вопроса в истории психологии делового общения; определение сущности рассматриваемого предмета; основные элементы содержания и структуры предмета рассмотрения; факторы, логика и перспективы эволюции предмета; показ роли и значения рассматриваемого материала для практической деятельности сотрудника сферы торговли.

План ответа желательно развернуть, приложив к нему ссылки на первоисточники с характерными цитатами.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если студент освоил более 50% учебного материала, т. е. может сформулировать все основные понятия и определения по дисциплине.

Оценка «хорошо» выставляется в случае если студент освоил более 60% учебного материала, т. е. может сформулировать все основные понятия и определения по дисциплине и кроме этого самостоятельно подготовил оригинальную творческую работу (реферат, курсовой проект, аналитическую записку, дизайн-проект и др.) и способен четко изложить ее суть, выводы, ответить на вопросы.

Оценка «отлично» выставляется в случае если студент освоил более 70% учебного материала, т. е. может сформулировать все основные понятия и определения по дисциплине и кроме этого самостоятельно подготовил оригинальную творческую работу (реферат, курсовую работу, проект, аналитическую записку, дизайн-проект и др.) и способен четко изложить ее суть, выводы, ответить на вопросы. Кроме этого студент, претендующий на отличную оценку, должен продемонстрировать аналитическое, нестандартное мышление, креативность и находчивость в ответах на дополнительные, усложненные вопросы преподавателя в рамках изучаемой дисциплины.

Вопросы к экзамену (4 семестр)

1. Фирменный стиль и его составные элементы.
2. Понятие, функции, задачи рекламы.
3. Средства печатной рекламы, их характеристика.
4. Реклама в прессе, ее характеристика.
5. Радиореклама, ее характеристика.
6. Телевизионная реклама, ее характеристика.
7. Наружная реклама, ее характеристика.
8. Витрины как средство рекламы.
9. Рекламная выкладка товаров в современных магазинах.
10. Требования к устной рекламе и пропаганде товаров со стороны работников магазинов.

11. Методы определения психологического воздействия и экономической эффективности торговой рекламы.
12. Рекламные службы в торговле, их задачи и функции, организационное построение рекламных служб.
13. Организация оптовой продажи товаров, формы, методы продажи.
14. Сущность закупочной работы, ее роль и содержание в условиях рынка.
15. Источники поступления и поставщики товаров в торговые предприятия. Классификация поставщиков товаров.
16. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках.
17. Закупка товаров на оптовых продовольственных рынках, в мелкооптовых магазинах складах.
18. Коммерческая работа по продаже товаров – сущность, роль и содержание.
19. Организация продажи на аукционах.
20. Организация продажи на конкурсах.
21. Организация розничной продажи товаров – методы.
22. Организация оказания торговых услуг покупателям.
23. Методы стимулирования сбыта товаров.
24. Сущность, роль и развитие биржевой торговли.
25. Государственное регулирование биржевой деятельности.
26. Органы управления и структурные подразделения товарной биржи.
27. Биржевые сделки, их виды. Организация торговых операций на бирже.
28. Цели, задачи, направления формирования ассортимента.
29. Ассортимент товаров и торговая номенклатура – понятие, виды.
30. Порядок формирования ассортимента в оптовых и розничных предприятиях.
31. Факторы, определяющие построение ассортимента товаров в торговых предприятиях.
32. Управление товарными запасами в торговле.
33. Сущность категорийного менеджмента.
34. Содержание коммерческой работы по осуществлению экспортно – импортных операций.
35. Понятие таможни, ее функции. Организация таможенного дела в РФ. Объекты таможенного регулирования.
36. Понятие таможенной территории. Таможенный союз.
37. Таможенные органы РФ, их функции и структура.
38. Таможенные платежи, их построение и виды.
39. Таможенные режимы, их содержание.
40. Порядок таможенного оформления и контроля груза.
41. Декларирование товаров и транспортных средств.
42. Сущность лизинга, его виды и порядок заключения лизингового контракта.
43. Сущность франчайзинга, его виды и правовое регулирование.
44. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности.
45. Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности.
46. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия.
47. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности.
48. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности.
49. Оценка эффективности материально-технической базы.

50. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в торговле.
51. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль.
52. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Экономическая эффективность и экономический эффект.
53. Направление государственного регулирования экономики и методы государственного регулирования рынка.
54. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства.
55. Основные функции и задачи ФАС по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.
56. Конкуренция и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках.
57. Сертификация продукции и услуг.
58. Государственная защита прав потребителей.
59. Экономические методы регулирования товарного обращения.
60. Содержание административных методов государственного регулирования рынка.

Основные требования к написанию курсовых проектов

В курсовом проекте должны быть представлены результаты самостоятельной научной работы студента, подтверждающие его умение творчески использовать специальную литературу, подбирать и обобщать научные данные, а также делать авторские выводы.

Важными требованиями к содержанию курсового проекта являются:

- логическая последовательность изложения, содержащегося в нем материала;
- точность определений, формулировок и терминов;
- обоснованность выводов и соблюдение норм научной этики;
- теоретические положения курсового проекта должны быть проиллюстрированы примерами из практики управления отечественными предприятиями (наличие примеров обязательно);
- содержание курсового проекта, рассматриваемые вопросы должны раскрывать тему.

В целом, курсовой проект должен содержать:

1. текстовый материал работы, набранный на компьютере и отпечатанный на принтере;
2. задание на курсовой проект;
3. рецензию руководителя курсовым проектом;

Структура изложения текстового материала курсового проекта следующая:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение.
4. Главы основной части (как правило, 3 главы с внутренним подразделением каждой на 1-2 параграфа).
5. Заключение.
6. Список литературы.
7. Приложения.

Результаты выполненной работы должны быть изложены в письменном виде (рукописном, машинном или выполненном на компьютере) и аккуратно сброшюрованы. Объем текстового материала курсового проекта (без приложений) должен составлять 35-40 страниц машинописного текста. Кроме того, следует подготовить устный доклад для защиты курсового проекта на кафедре.

Графический материал в виде таблиц, схем, диаграмм, графиков и др., и выносится на отдельные листы стандартного формата А4, которые включаются по усмотрению автора в виде приложений и располагаются после списка использованных источников информации (библиографии). Объем приложений не ограничивается. Графический материал используется на защите курсового проекта как элемент презентации в качестве иллюстративного материала.

С материалами выполненного курсового проекта предварительно знакомится научный руководитель, а затем - рецензент. В ходе предзащиты работа обсуждается, и вырабатываются рекомендации по устранению выявленных недостатков. Защита курсового проекта осуществляется на кафедре. Подготовленный к защите курсовой проект должен быть оформлен в соответствии с изложенными в рекомендациях требованиями.

Существуют универсальные требования к оформлению письменной работы, свойственные академическому миру в целом. Все работы должны соответствовать требованиям, принятым кафедрой:

- текст рукописи работы должен быть напечатан на принтере на одной стороне листа белой односторонней бумаги формата А4;
- текст печатается на компьютере через 1,5 интервала;
- при печати используется шрифт Times New Roman, размер шрифта - 14;
- начертание шрифта должно быть обычное;
- размер левого поля текста страницы – 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – 20 мм;
- каждая страница должна содержать 27-30 строк по 60-65 знаков в строке;
- междустрочный интервал – полуторный;
- абзац должен начинаться с красной строки (отступ – 12,5 мм).

Страницы нумеруются арабскими цифрами внизу листа по центру без точки. Нумерация должна быть сквозной – от титульного до последнего листа работы, которым является первая страница раздела «Приложение». Титульный лист и оглавление включаются в общую нумерацию страниц, однако номера страниц на них не проставляются. Страницы самих приложений имеют отдельную от основной части работы сквозную нумерацию.

Каждая новая глава начинается с новой страницы. Это же правило относится и к другим основным структурным частям проекта: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Расстояние между заголовком главы и параграфа должно быть равно двум междустрочным интервалам (то есть пропускается одна строка). Такое же расстояние выдерживается между заголовком параграфа и последующим текстом. Расстояние между заголовком нового параграфа и последней строчкой предыдущего должно быть равно трем интервалам. Точку в конце заголовка не ставят. Подчеркивания и переносы слов в заголовках не допускаются. Не рекомендуется размещать заголовки параграфов в нижней части страницы, если на ней не более 3-х строк последующего текста.

Названия глав, а также разделов «Содержание», «Введение», «Заключение», «Библиографический список» в тексте печатаются заглавными литерами жирным шрифтом, по центру строки.

Заголовки параграфов в тексте пишутся строчными литерами (кроме заглавной буквы) жирным шрифтом и также располагаются по центру строки.

Текст печатается строго в последовательном порядке. Все сноски и подстрочные примечания оформляются (с меньшим интервалом) на той странице, к которой они относятся. Сокращения слов в тексте (кроме общепринятых) не допускаются.

На все цитаты и материалы, взятые из других источников, обязательно должны быть библиографические ссылки с указанием автора, названия цитируемого источника, года издания и страницы.

В работах ценятся цитаты. Цитата - дословное приведение выдержки из какого-либо произведения - выделяется кавычками и снабжается библиографической ссылкой (сноской) на источник. Не допускается ссылаться на неопубликованные источники.

Недословное приведение выдержки из какого-либо произведения не выделяется кавычками, но также снабжается ссылкой на источник.

Допускается расположение сносок внутри текста в квадратных скобках. Например: [3; с. 34], где 3 – порядковый номер источника в библиографическом списке, 34 – страница, откуда взята цитата или материал.

Список литературы является составной частью работы и отражает степень изученности данной проблемы студентом. Запись авторов или заглавий произведений делается по алфавиту. Работы авторов-однофамильцев располагаются по алфавиту их инициалов, публикации одного автора - по заглавиям книг и статей.

В приложение включаются материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть представлены в основной части, такие как: таблицы вспомогательных и цифровых данных; иллюстрации вспомогательного характера.

Критерии оценки курсового проекта

Критерии оценки курсового проекта:

- степень усвоения студентом понятий и категорий по теме исследования;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- умение формулировать основные выводы по результатам анализа конкретного материала;
- грамотность и стиль изложения;
- самостоятельность работы, оригинальность в осмыслении материала;
- правильность и аккуратность оформления;
- соответствие оформления курсового проекта установленным требованиям.

При оценке письменных курсовых проектов преподаватель обращает также внимание на следующие распространенные ошибки в работах студентов:

- отсутствие четкости в определении основного содержания курсового проекта, убедительных доказательств, обоснований, выводов и рекомендаций;
- нарушение последовательности изложения, частые повторения, нечеткие формулировки, оговорки, грамматические ошибки;
- излагаемые по тексту примеры не подкреплены смысловым содержанием, размышлениями автора;
- курсовой проект представляет собой пересказ литературных источников, набор цитат, фраз.

Оценка «ОТЛИЧНО» - Работа носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную теоретическую часть, глубокий, критический анализ законодательства и практических вопросов и т.п., логичное последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями.

Вовремя защиты студент показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными, вносит обоснованные предложения, использует наглядные средства, легко отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «ХОРОШО» - Работа носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную теоретическую часть, в работе представлен достаточно подробный анализ и критический разбор практических вопросов, материал изложен последовательно, сделаны соответствующие выводы, но не всегда с обоснованными предложениями.

При защите студент показывает знание вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по теме исследования, использует наглядные средства, без особых затруднений отвечает на вопросы.

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» - Работа носит исследовательский характер, имеет теоретическую часть, базируется на практическом материале, но имеет поверхностный анализ и недостаточный критический разбор иногда просматривается непоследовательность изложения материала, представленные предложения не всегда обоснованы.

При защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не всегда исчерпывающе аргументирует ответы на заданные вопросы.

Оценка «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» - Работа не отвечает основным требованиям, предъявляемым к работам в государственных образовательных стандартах специальности.

Критерии, при наличии хотя бы одного из которых работа оценивается только на "неудовлестворительно". К ним относятся:

- содержание работы не относится к предмету дисциплины;
- работа перепечатана из Интернета, CD-ROM или других носителей информации;
- неструктурированный план курсового проекта;
- объем работы менее 15 листов машинописного текста;
- в работе отсутствуют ссылки и сноски на нормативные и другие источники;
- в работе отсутствует приложение (копии документов, логические схемы, таблицы, иллюстрации и т.д.).

Оформление курсового проекта не соответствует требованиям (отсутствует нумерация страниц, неверное или неполное оформление библиографии и т.д.).

Перечень тем курсовых проектов дисциплины «Коммерческая деятельность»

1. Организация коммерческой деятельности торговых предприятий.
2. Организация и развитие малых предприятий в торговле России.
3. Разработка системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
4. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия в условиях конкуренции.
5. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торгового предприятия.
6. Организация коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли.
7. Организация и развитие складского хозяйства предприятия оптовой торговли.
8. Исследование рынка закупок и сбыта товаров в оптовой торговле.
9. Моделирование коммерческой деятельности на предприятиях оптовой торговли по закупке и продаже потребительских товаров.
10. Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.
11. Организация закупочной деятельности оптового предприятия на товарном рынке.

12. Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли.
13. Организационные основы продажи товаров со складов предприятий оптовой торговли.
14. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле.
15. Организация финансового обеспечения коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
16. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
17. Оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
18. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
19. Оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
20. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
21. Прогнозирование развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности торгового предприятия.
22. Влияние конъюнктуры потребительского рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия.
23. Маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности предприятия розничной (оптовой) торговли.
24. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия розничной торговли.
25. Организация коммерческой деятельности малых предприятий в розничной торговле.
26. Влияние материально-технической базы предприятий розничной торговли на эффективность коммерческой деятельности.
27. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров.
28. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятия розничной торговли.
29. Закупка товаров и формирование коммерческих связей предприятиями розничной торговли на потребительском рынке.
30. Организация системы закупочной деятельности предприятия розничной торговли.
31. Использование мерчендайзинга на предприятиях розничной торговли.
32. Организация системы товароснабжения розничного торгового предприятия.
33. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационной технологии.
34. Организация процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле.
35. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
36. Организация и развитие электронной торговли в России (или на примере торгового предприятия).
37. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
38. Анализ эффективности коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка (на примере конкретной фирмы).
39. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.
40. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.
41. Организация коммерческой деятельности страховых компаний.

42. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.
43. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.
44. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.
45. Организация деятельности малого предприятия в сфере коммерции (на примере...)
46. Организация управления малым (семейным) предприятием.
47. Особенности предпринимательской деятельности в сфере торговли.
48. Формирование культуры предпринимательства в сфере коммерции.
49. Формирование корпоративного духа и организационной культуры в торговой фирме.
50. Развитие предпринимательства в розничной торговле.
51. Эффект использования ресурсов торгового предприятия.
52. Стратегия развития предпринимательства в сфере услуг.
53. Организация разработки бизнес-плана предприятия.
54. Организация и развитие собственного дела.
55. Управление предпринимательскими рисками в сфере коммерции.
56. Конкурентоспособность торгового предприятия.
57. Внутрифирменное планирование предпринимательской деятельности.
58. Ценообразование в сфере коммерческого предпринимательства.
59. Организация закупочно-сбытовой деятельности торгового предприятия.
60. Организационно-правовые формы предпринимательства в сфере коммерции.
61. Лизинг как форма развития предпринимательства.
62. Коммуникационная политика в предпринимательской деятельности.
63. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
64. Организация посредническо-коммерческой деятельности предприятия.
65. Стратегический анализ внешней предпринимательской среды.
66. Организация страхования коммерческих рисков.
67. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии предприятия на рынке.
68. Формирование коммерческой деятельности предприятий разных форм розничной торговли.
69. Планирование и организация закупочной деятельности в розничных торговых предприятиях разных организационных форм.
70. Конъюнктура рынка потребительских товаров как составляющая коммерческой деятельности в розничной торговле.
71. Формирование и развитие товарно-ассортиментной политики как основы коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
72. Товароснабжение как основа развития торгового коммерческого процесса в розничном торговом предприятии.
73. Принципы и методы продажи потребительских товаров и их результативность в розничных торговых предприятиях
74. Стимулирование сбыта, его возможности и недостатки.
75. Оценка эффективности труда обслуживающего персонала в розничном торговом предприятии.
76. Торговый сервис. Профессиональная этика и этикет, их проявления в процессе обслуживания покупателей.

77. Фирменный стиль продажи (сбыта) товаров, его основные элементы и роль в деятельности розничного торгового предприятия.
78. Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности оптового торгового предприятия
79. Формирование инфраструктуры лизингового рынка.
80. Организация и совершенствование коммерческой деятельности лизинговой компании.
81. Организация и совершенствование коммерческой деятельности франчайзинговой компании.
82. Организация сервисного обслуживания клиентов коммерческим предприятием.
83. Выставки как инструмент стимулирования розничной продажи товаров.
84. Выставочная деятельность торгового предприятия как механизм стимулирования продаж.
85. Комплекс услуг как конкурентное преимущество «удобного магазина».
86. Особенности организации коммерческой деятельности в сфере услуг
87. Организации отношений с поставщиками в торгово-розничной сети
88. Категорийный метод управления ассортиментом в торгово-розничной сети.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: "Дашков и К", 2013. - 500 с. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN978539404185.html>
2. Боровинский, Д.В. Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции: современные методики расчетов : монография / Д.В. Боровинский, В.В. Куимов ; Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 172 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364553](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364553)
3. Дашков Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - М.: "Дашков и К", 2012. - 688 с. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011450.html>

б) дополнительная литература:

1. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова. - 2-е изд., испр. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 288 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136394](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136394)
2. Блюм, М.А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова- Тамбов : ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 161 с. : URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277598](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277598)
3. Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева ;. - Тамбов : ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 105 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780)
4. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник для вузов / Ф. П. Половцева.— М.: Инфра-М, 2012 .— 247 с. (библиотека ВлГУ)

в) периодические издания

1. «Коммерсант»
2. «Спрос»
3. «Современная торговля»
4. «Российская торговля»

5. «Маркетинг в России и за рубежом»
6. «Коммерческий вестник»

г) интернет-ресурсы

1. Гарант - [http:// www. garant.ru](http://www.garant.ru)
2. Деловая пресса - [http:// www. businesspress.ru](http://www.businesspress.ru)
3. Мониторинг экономических показателей - [http:// www. budgetrf. ru](http://www.budgetrf.ru)
4. Национальная торговая ассоциация - [http:// www. ntarus. ru](http://www.ntarus.ru)
5. Новости и технологии торгового бизнеса. - [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru)
6. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического, обзорного характера) - [http:// www. rbc. ru](http://www.rbc.ru)
7. Российская торговля - [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебный процесс по дисциплине обеспечен всеми необходимыми материально-техническими ресурсами:

1. Лекционная аудитория, оснащенная мультимедиа-проектором
2. Аудитории для проведения практических занятий, отражающих научную и прикладную проблематику данного курса.
3. Полный комплект демонстрационных материалов, включая слайд-лекции, видеотренинги.
4. Библиотека ВлГУ.

Примечание: В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил доцент Краснова И.В. 

Рецензент

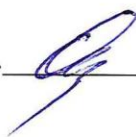
(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

руководитель отдела персонала Истратова О.В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства
Протокол № 6а от 10 декабря 2015 г.

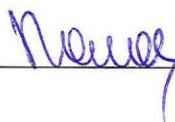
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьесь О.Б.

A stylized signature in blue ink, likely belonging to O.B. Yaryes, written over a horizontal line.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Протокол 2 от 14 декабря 2015 г.

Председатель комиссии Полоцкая О.П.

A stylized signature in blue ink, likely belonging to O.P. Polotskaya, written over a horizontal line.