

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 образовательной деятельности  
А.А. Панфилов  
« 30 » августа 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки - 43.03.01 «Сервис»

Профиль/программа подготовки - «Сервис недвижимости и коммунальной инфраструктуры»

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)
4	6 ЗЕ; 216	36	36	-	108	Экзамен (36)
Итого	6 ЗЕ; 216	36	36	-	108	Экзамен(36)

Владимир 2017

## 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 сфере предоставления услуг с целью их наиболее эффективного выполнения, быстрее доведения услуги до конечных потребителей путем осуществления актов купли-продажи.

В более широком смысле изучения этого курса следует отнести коммерческую сторону всего процесса движения услуги 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 услугам.

Задачами курса является:

- изучение планирования и организации коммерческой деятельности; организации управления коммерческой деятельностью и персоналом сервисного предприятия;
- разработка методов оптовых закупок товаров;
- рассмотрение организации коммерческой деятельности в торгово-посреднических структурах и сфере обслуживания;
- обоснование формирования ассортиментной и ценовой политики предприятия, роли материально-технической базы в обеспечении коммерческой деятельности;
- ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей деятельность по отраслям и сферам применения.
- изучение особенностей организации коммерческой деятельности предприятий;
- исследование информационно-методического обеспечения коммерческой деятельности разных видов сервисных предприятий с целью оптимизации;
- организация системы сбыта услуг на рынке и его стимулирования;
- моделирование коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг;
- обоснование роли сферы услуг в рыночной экономике и ее социальная направленность;
- рассмотрение понятия «услуга», ее виды и классификация, жизненный цикл, даются основные характеристики услуг и их отличия от товара, имеющего предметно-материальную форму;
- ознакомление с потребительским рынком услуг, особенности формирования и взаимодействия спроса и предложения на услуги;
- изучение классификации услуг ЖКХ, рассмотрение специфики организации и ведения коммерческой деятельности в вышеперечисленных областях и обобщаются перспективные направления развития коммерческой деятельности в этой сфере услуг.

Предметом дисциплины является коммерческая деятельность сервисного предприятий, коммерческих организаций и предпринимателей-коммерсантов в обмене, распределении и потреблении 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 блока 1 вариативной части (модуля), входящей в программу обучения бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис». Реализуется в 4 семестре в объеме 216 часов. Цель – формирование системных представлений об организации коммерческой деятельности сервисного предприятия. Необходимым требованием 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;
- 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 услуг, Экономика организации, Основы предпринимательской деятельности, Экономика недвижимости.

## 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)

способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5);

*Общепрофессиональные*

готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ОПК-2);

готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3);

*Профессиональные:*

*Сервисная деятельность:*

готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса (ПК-11)

**Знать:**

- - главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-2)

- виды самооценки, уровни притязаний, их влияния на результат образовательной, профессиональной деятельности. (ОК-5)

- этапы профессионального становления личности(ОК-5)

- основы предпринимательского права (ОК-4);

- иметь целостное представление о фирме как основном субъекте предпринимательской деятельности, ее целях, функциях, структуре и ресурсах (ОК-2);

- природу экономического поведения фирмы в различных временных горизонтах на основе общих закономерностей и принципов рынка (ОПК-3);
- принципы и закономерности функционирования фирмы рыночного типа, независимо от вида деятельности, общественной формы и размера (ПК-11);

**Уметь:**

- использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОПК-2)
- самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков и компетенций в образовательной, профессиональной деятельности. (ОК-5)
- планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов анализа, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности. (ОК-2)
- составлять бизнес-план создания нового дела (расширения действующего предприятия) (ОПК-3);
- вести деловые переговоры при организации деятельности предприятия (ОК-4);
- выбирать систему налогообложения для конкретной предпринимательской деятельности (ОК-2);
- провести общий анализ финансово-хозяйственной деятельности (ОК-2);
- использовать в практической деятельности правовые знания (ПК-11).

**Владеть:**

- способностью использовать основы философских знаний, способностью анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-2)
- методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы (ОПК-2);
- методами анализа экономической эффективности предпринимательских проектов (ОПК-3);
- методами формирования и поддержания этичного климата в организации (ОК-4);
- способностью к деловым коммуникациям в профессиональной сфере (ОК-4).
- навыками поиска методов решения практических задач, применению различных методов познания (ПК-11)
- формами и методами самообучения и самоконтроля (ПК-11)

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 часа.

№ те-мы	Раздел (тема) дис-циплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студен-тов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных ме-тодов (в часах / %)	Формы текущего контроля успе-ваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Сущность и прин-ципы коммерческой деятельности	4	1	2	2			7		2/50	
2	Коммерческая ин-формация и ее пра-вовая защита	4	2	2	2			7		2/50	
3	Товарные знаки в коммерческой ра-боте	4	3	2	2			7		2/50	
4	Риски в коммерче-ской деятельности	4	4	2	2			7		2/50	
5	Государственное регулирование и регламентация коммерческой дея-тельности предпри-ятий	4	5	2	2			7		2/50	
6	Организация хозяй-ственных связей	4	6	2	2			7		2/50	Рейтинг-контроль 1
7	Договорные отно-шения в коммерче-ской деятельности	4	7	2	2			7		2/50	
8	Организация ком-мерческой деятель-ности по оптовым закупкам товаров	4	8-9	4	4			8		4/50	
9	Организация ком-мерческой деятель-ности по предо-ставлению услуг ЖКХ	4	10-11	4	4			8		4/50	
10	Организация про-дажи и рекламно-информационной деятельности на предприятиях сер-виса		12-13	4	4			8		4/50	Рейтинг-контроль 2
11	Формирование ас-сортимента услуг	4	14	2	2			7		2/50	

12	Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития	4	15	2	2			7		2/50	
13	Результаты коммерческой деятельности	4	16	2	2			7		2/50	
14	Развитие лизинга (финансовой аренды)	4	17	2	2			7		2/50	
15	Франчайзинг в рыночной экономике	4	18	2	2			7		2/50	Рейтинг-контроль 3
	<b>Всего за 4 семестр</b>			<b>36</b>	<b>36</b>			<b>108</b>		<b>36/50</b>	<b>Экзамен (36)</b>

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 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. 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.

### 2. 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.

### 3. 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.

### 4. Риски в коммерческой деятельности

Риск как экономическая категория, его сущность. Критерии и принципы классификации рисков. Виды наиболее существенных рисков, возникающих в результате взаимодействия 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 предприятий сервиса.

## **5. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий**

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

### **6. Организация хозяйственных связей**

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в сфере услуг. Заявка заказы на товары. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров. Классификация торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров. Эффективность хозяйственных связей.

### **7. Договорные отношения в коммерческой деятельности**

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. Договор аренды.

### **8. 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.

### **9. Организация коммерческой деятельности по предоставлению услуг ЖКХ**

Определение ЖКХ. Особенности рынка ЖКХ. Госрегулирование коммерческой деятельности на рынке ЖКХ. Особенности организации коммерции в сфере ЖКХ. Проблемы и перспективы развития рынка ЖКХ.

### **10. Организация продажи и рекламно-информационной деятельности на предприятиях сервиса**

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже услуг. Формы и методы продажи услуг. Методы розничной продажи товаров. Мероприятия по стимулированию сбыта. Организация оказания сервисных услуг потребителям.

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.

### **11. Формирование ассортимента услуг на предприятия сервиса**

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте, ассортименте услуг. Порядок формирования и регулирование ассортимента услуг на предприятиях сервиса. Основные факторы подбора и планирования ассортимента услуг. Жизненный цикл услуги. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента услуг на предприятии сервиса. Свойства и показатели ассортимента услуг. Виды анализа ас-

ассортимента. Ассортиментная политика. Этапы разработки ассортиментного перечня. Осуществление контроля за ассортиментом услуг. Расширение и обновление ассортимента услуг.

## **12. 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 сфере услуг. Ресурсы предприятий ЖКХ. Затратный и нормативный методы формирования издержек в предприятиях ЖКХ. Тарифы на услуги. Финансовые результаты деятельности предприятия.

## **13. Результаты коммерческой деятельности**

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

## **14. 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.

## **15. 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.

## **Перечень тем практических занятий**

### **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. Назовите свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы. Характеристика объектов коммерческой деятельности: товары, услуги, коммерческие сделки. Сферы применения коммерческой деятельности. Понятие о субъектах коммерческой деятельности. Классификация, виды и характеристика субъектов коммерческой деятельности. Международная классификация субъектов коммерческой деятельности: фирмы, союзы, государственные органы, общественные организации.



## **Тема 2. 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 3. Товарные знаки в коммерческой работе**

Фирменный стиль компании: его составные компонента, товарный знак, функции товарных знаков. Виды товарных знаков. Имидж и бренд как компоненты коммерческого успеха фирмы.

## **Тема 4. 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 5. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий**

Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административных методов государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Основные функции и задачи ФАС. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей.

## **Тема 6. Организация хозяйственных связей в коммерческой деятельности**

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 7. 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 8. 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 9. Организация коммерческой деятельности по предоставлению услуг ЖКХ**

Виды предприятий, предоставляющих услуги ЖКХ. Функции задачи. Общие положения Правил предоставления услуг ЖКХ. Законодательное регулирование данной сферы. Измене-

ния, касающиеся порядка предоставления коммунальных услуг. Права и обязанности сторон коммунального обслуживания. Стандарты качества. Порядок оплаты услуг ЖКХ Разрешение споров и разногласий

#### **Тема 10. Организация продажи и рекламно-информационной деятельности на предприятиях сервиса**

Продажа услуг: методы, организация, эффективность. Организация системы сбыта. Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха. Особенности стимулирования сбыта в сфере услуг. Стимулирование и его роль в жизненном цикле товара. Основные цели стимулирования продаж. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса. Прогнозирование покупательского спроса. Организация процесса предоставления услуг. Обслуживание покупателей. Понятие PR. Цели и задачи рекламной деятельности. Модель организации рекламной деятельности. 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. Планирование и организация рекламной кампании. Оценка ее эффективности. Реклама в интернете.

#### **Тема 11. Формирование ассортимента предприятия сферы услуг**

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 сфере услуг. Товарно-ассортиментная политика фирмы, основной и дополнительный ассортимент. Расширение и обновление ассортимента товаров. Ассортиментный перечень товаров, контроль за ассортиментом. 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.

#### **Тема 12. 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 сфере услуг. Бюджет фирмы и его формирование. Калькуляция цены на реализуемые товары. Контроль и регулирование цены на товары. Денежные ресурсы и их роль в сфере услуг. 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 сфере услуг.

#### **Тема 13. Результаты коммерческой деятельности**

Результаты коммерческой деятельности. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Расчет точки безубыточности при закупке и реализации услуг. Основные экономические показатели сервисного предприятия (товарооборот; валовый доход; торговые из-

держки, связанные с закупками, складированием, продажей и управлением технологическим процессом; прибыль и рентабельность). Удельные показатели эффективности сервисного предприятия (доля оборота на одного сотрудника, на 1 кв.м площади сервисного предприятия, доля валового дохода на одного сотрудника на 1 кв.м площади предприятия, доля прибыли на одного сотрудника на 1 кв.м площади предприятия; заработная плата, приходящаяся на одного сотрудника).

#### **Тема 14. 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, раздельный, револьверный лизинг, ливеридж. Механизм расчета лизингового платежа. Лизинговые фирмы, компании и ассоциации.

#### **Тема 15. 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.

### **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**

#### **Рейтинг-контроль №1**

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются шесть вариантов для письменного ответа студентами.

1. Дайте определение сущности коммерческой деятельности

2. Какова структура рынка услуг в зависимости от их использования?
3. Перечислите условия, способствующие формированию коммерческой деятельности предприятия сервиса на рынке потребительских услуг.
4. Правила поведения в кризисной ситуации
5. Какие требования предъявляются к качеству информации?
6. Раскройте содержание коммерческой деятельности сервисного предприятия.
7. Дайте характеристику товара как объекта коммерческой деятельности: по свойствам, классификации, признакам спроса и предложения, требованиям потребителей.
8. Назовите принципы построения коммерческой деятельности сервисного предприятия в условиях рынка.
9. В чем заключается взаимодействие коммерции с экономикой, коммерческим правом, маркетингом, менеджментом в деятельности сервисного предприятия?
10. Дайте определение рынка услуг с позиции коммерческой направленности деятельности сервисного предприятия.
11. Какие меры по защите и сохранению коммерческой информации применяются в зарубежных фирмах?
12. Какие существуют правила в предприятии при работе с документами, представляющими коммерческую тайну?
13. Перечислите коммерческие сведения конфиденциального характера, исключающие ее утечку.
14. Раскройте сущность информационного обеспечения коммерческой деятельности.
15. Какие существуют правила в предприятии при работе с документами, представляющими коммерческую тайну?
16. Проанализируйте товарные знаки с точки зрения продвижения позитивного имиджа фирмы.
17. Какие требования предъявляются к качеству информации?
18. В каких целях осуществляется защита коммерческой информации в предприятии?
19. Какие меры по защите и сохранению коммерческой информации применяются в зарубежных фирмах?
20. Нужно ли регистрировать товарный знак?
21. Чем отличается товарный знак от знака обслуживания?
22. Чем отличается товарный знак от фирменного наименования?
23. Какие документы требуются для подачи заявки на регистрацию товарного знака?
24. Сколько длится регистрация товарного знака?
25. Как рассчитать стоимость регистрации товарного знака?
26. Что такое классы МКТУ?
27. Факторы, влияющие на уровень коммерческих рисков.
28. Правила поведения в кризисной ситуации.
29. Какие условия необходимо учитывать при установлении прямых хозяйственных связей?
30. Какова суть посреднических услуг, выполняемых агентом по поручению принципала?
31. Опишите основные регулирующие органы коммерческой деятельности.
32. Назовите понятие и формы недобросовестной конкуренции на товарных рынках
33. Опишите способы защиты прав потребителей
34. Перечислите объекты государственного регулирования.
35. Функции коммерческих рисков и потери, связанные с риском.
36. Расчет вероятности наступления рискованного события.

37. В чем состоит сущность прямых хозяйственных связей и их эффективность?
38. Назовите цели государственного регулирования коммерческой деятельности.
39. Какие функции государственного регулирования Вам известны?
40. Раскройте направления антимонопольной и конкурентной политики
41. Перечислите законы и другие нормативные документы, регулирующие государственную защиту прав потребителей в РФ.
42. Методы определения и способы снижения коммерческого риска.
43. Понятие коммерческого риска и рисков ситуации.
44. Какими государственными правовыми актами регулируются хозяйственные связи в сфере услуг?
45. Дайте определение понятия хозяйственных связей в сфере услуг.
46. Назовите основные принципы построения механизма государственного регулирования
47. Какие действия хозяйствующего субъекта запрещает Закон РФ "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках"
48. Охарактеризуйте основные полномочия Федеральной антимонопольной службы

### **Рейтинг-контроль №2**

Из предложенных ниже вопросов преподавателем на для рейтинг-контроля формируются шесть вариантов для письменного ответа студентами.

1. Что такое oferta и акцепт?
2. Что является существенными условиями договора?
3. Каков порядок заключения договора?
4. Перечислите и охарактеризуйте основные виды договоров, применяемых в сфере услуг.
5. Каков порядок заключения или расторжения договора?
6. Что такое неустойка и в чем она может выражаться?
7. В какой форме может быть заключен договор?
8. В чем проявляется ответственность сторон за нарушение условий договора?
9. Опишите этапы и участников рекламной деятельности.
10. Как проходит оценка результатов программы стимулирования сыта?
11. Назовите затраты, связанные с куплей товаров.
12. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки услуг?
13. Опишите основные элементы и структуру рекламного обращения.
14. Укажите источники закупки товаров и дайте им оценку.
15. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности сервисного предприятия.
16. Укажите основные и вспомогательные операции технологического процесса сервисного предприятия.
17. Перечислите методы продажи услуг и дайте характеристику каждому из них.
18. Опишите цели и задачи рекламы в коммерческой деятельности.
19. Перечислите средства стимулирования сбыта услуг чаще всего используемые предприятиями.
20. Рассмотрите функции сферы услуг в современных условиях
21. Какие действия должен осуществлять сотрудник сервисного предприятия в зависимости от поведения потребителя?
22. Рассмотрите роль и эффективность рекламы в информировании покупателей о реализуемых услугах.
23. Какие из каналов рекламного обращения являются наиболее эффективными?

24. Какие факторы привлечения внимания к рекламному обращению вы знаете?
25. Назовите цели коммерческой работы сервисного предприятия.
26. Какие элементы, определяющие уровень сервисного обслуживания покупателей, Вы знаете?
27. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки услуг?
28. Что означает понятие «формирование и развитие ассортимента».
29. Раскройте сущность планирования ассортимента услуг.
30. Что такое ассортиментный перечень? Как осуществляется контроль за ассортиментом на торговом предприятии?
31. Назовите основные критерии и роль ассортимента в сбытовой деятельности?
32. Рассмотрите содержание элементов формирования ассортимента услуг.
33. Что Вы можете сказать о развитии и управлении ассортиментом?
34. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменения спроса на услуги.
35. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой сервисного предприятия.
36. Определение ЖКХ.
37. Особенности рынка ЖКХ.
38. Госрегулирование коммерческой деятельности на рынке ЖКХ.
39. Особенности организации коммерции в сфере ЖКХ.
40. Проблемы и перспективы развития рынка ЖКХ.
41. Виды предприятий, предоставляющих услуги ЖКХ.
42. Функции задачи предприятий сферы ЖКХ.
43. Законодательное регулирование данной сферы. Общие положения Правил предоставления услуг ЖКХ.
44. Изменения, касающиеся порядка предоставления коммунальных услуг.
45. Права и обязанности сторон коммунального обслуживания.
46. Стандарты качества предоставления услуг ЖКХ.
47. Порядок оплаты услуг ЖКХ
48. Разрешение споров и разногласий

### **Рейтинг-контроль №3**

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

1. Раскройте основные понятия лизинга, как формы реализации (сбыта) продукции.
2. В чем заключается правовое регулирование лизинга в РФ.
3. Недостатки международной концессии - франчайзинга для его участников.
4. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?
5. Какие основные экономические показатели характеризуют эффективность складского хозяйства сервисного предприятия?
6. В чем роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности.
7. Назовите затраты, связанные с куплей товаров.
8. Как влияют затраты на прибыль сервисного предприятия?

9. В чем заключается механизм лизинговой сделки и каковы этапы заключения лизинговых сделок?
10. Раскройте функции международных лизинговых операций и роль конвенции о международном лизинге.
11. Правовое регулирование франчайзинга в России
12. Назовите факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров.
13. Объясните, почему прибыль сервисного предприятия является суммарно-результативным показателем, и перечислите его исходные составляющие.
14. Способы оценки эффективности материально-технической базы.
15. Перечислите виды лизинга.
16. Преимущества международной концессии - франчайзинга для его участников.
17. Дайте определение понятия эффективности коммерческой деятельности сервисного предприятия
18. Какие расходы по осуществлению коммерческих процессов и операций занимают наибольшую долю в структуре издержек обращения?
19. С какой целью в торговом предприятии устанавливают товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход и издержки обращения из расчета на одного работающего?
20. Значение инвестиции в развитии материально-технической оснащенности предприятий.
21. Раскройте методы участия банковского капитала в лизинговом бизнесе.
22. Сущность и виды франчайзинга.
23. Из каких элементов складывается технология определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности сервисного предприятия?
24. Динамика каких показателей влияет на формирование объема валового дохода сервисного предприятия?
25. Почему для оценки коммерческой деятельности предприятия нельзя обойтись одним показателем - уровнем прибыли?
26. Источники финансового обеспечения коммерческих предприятий.
27. В чем заключаются налоговые льготы при использовании лизинга?
28. Что делать, если необходимо выкупить предмет лизинга до окончания срока лизинга?
29. Кто выбирает поставщика имущества?
30. В чьей собственности находится оорудование, приобретенный в лизинг?
31. Что нужно сделать лизингополучателю, чтобы повысить скорость заключения сделки?
32. Что делать, если мы перечислили аванс, а потом решили не приобретать предмет лизинга?
33. Каким образом можно снизить стоимость договора лизинга?
34. Что такое франчайзинг?
35. Что такое франшиза?
36. Сколько стоит франшиза?
37. Какой первый шаг при покупке франшизы?
38. Какие необходимы документы для покупки франшизы?
39. Какую франшизу выбрать?
40. Можно ли выйти из франшизы путем ее продажи?
41. Зачем платить (роялти, первоначальный взнос) за франшизу?
42. Ресурсы предприятий ЖКХ.

43. Затратный и нормативный методы формирования издержек в предприятиях ЖКХ.
44. Тарифы на услуги ЖКХ .
45. Финансовые результаты деятельности предприятия.
46. Финансирование деятельности предприятий ЖКХ.
47. Тарифообразование в сфере услуг.
48. Специфика оказания услуг предприятиями ЖКХ.

### **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 вывод, 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 со- ставления – 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**

- 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 сфере услуг товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
- 22 Формы государственной поддержки малых и средних предприятий в региональной розничной сфере услуг.
- 23 Формы государственной поддержки малых и средних предприятий в региональной оптовой сфере услуг.
- 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. Организация коммерческой деятельности сервисных предприятий.
34. Организация и развитие малых предприятий в сфере услуг России.
35. Разработка системы управления коммерческой деятельностью сервисного предприятия.
36. Управление коммерческой деятельностью сервисного предприятия в условиях конкуренции.
37. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности сервисного предприятия.
38. Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в сфере услуг.
39. Организация закупочной деятельности предприятия на товарном рынке.
40. Формирование и управление коммерческими операциями в сфере услуг.

41. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в сфере услуг.
42. Организация коммерческой деятельности малых предприятий в сфере услуг.
43. Влияние материально-технической базы предприятий розничной торговли на эффективность коммерческой деятельности.
44. Типология предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров.
45. Формирование оптимального сервисного ассортимента предприятия розничной торговли.
46. Организация системы закупочной деятельности предприятия сервиса.
47. Организация системы товароснабжения сервисного предприятия.
48. Анализ коммерческой деятельности лизинговых компаний.
49. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.
50. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в сфере услуг.
51. Организация и технология товароснабжения сервисных предприятий.
52. Организация управления малым (семейным) предприятием.
53. Эффект использования ресурсов сервисного предприятия.
54. Конкурентоспособность сервисного предприятия.
55. Разработка конкурентоспособной стратегии сервисного предприятия на рынке.
56. Конъюнктура рынка потребительских товаров как составляющая коммерческой деятельности в сфере услуг.
57. Формирование и развитие товарно-ассортиментной политики как основы коммерческой деятельности сервисного предприятия.
58. Стимулирование сбыта, его возможности и недостатки.
59. Оценка эффективности труда обслуживающего персонала предприятия сервиса.
60. Состав и оценка рисков в коммерческой деятельности сервисного предприятия
61. Организация и совершенствование коммерческой деятельности лизинговой компании.
62. Организация и совершенствование коммерческой деятельности франчайзинговой компании.
63. Организация сервисного обслуживания клиентов коммерческим предприятием.
64. Выставки как инструмент стимулирования розничной продажи товаров.
65. Выставочная деятельность сервисного предприятия как механизм стимулирования продаж.
66. Особенности организации коммерческой деятельности в сфере услуг

#### **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 сфере услуг. Закон «О коммерческой тайне» (от 15.07.2004 г. ФЗ-98)

#### **Вопросы к экзамену**

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 сфере услуг и порядок их регулирования.
15. Формы хозяйственных связей.
16. Направление государственного регулирования экономики и методы государственного регулирования рынка.
17. Коммерческая информация – роль, содержание, организация обработки.
18. Коммерческая тайна, защита коммерческой тайны.

19. Товарные знаки, их роль в коммерческой работе.
20. Порядок регистрации товарных знаков, их защита.
21. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства.
22. Основные функции и задачи ФАС по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.
23. Конкуренция и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках.
24. Сертификация продукции и услуг.
25. Государственная защита прав потребителей.
26. Экономические методы регулирования товарного обращения.
27. Содержание административных методов государственного регулирования рынка.
28. Виды коммерческой информации.
29. Правовое регулирование понятия «Коммерческая тайна».
30. Сведения составляющие коммерческую тайну.
31. Каналы утечки информации.
32. Организационные меры по предотвращению утечки коммерческой информации.
33. Технические меры применяемые для обеспечения защиты коммерческой тайны.
34. Фирменный стиль компании: его составные компонента, товарный знак, функции товарных знаков.
35. Виды товарных знаков.
36. Понятие, функции, задачи рекламы.
37. Средства печатной рекламы, их характеристика.
38. Реклама в прессе, ее характеристика.
39. Радиореклама, ее характеристика.
40. Телевизионная реклама, ее характеристика.
41. Наружная реклама, ее характеристика.
42. Витрины как средство рекламы.
43. Требования к устной рекламе и пропаганде товаров со стороны работников магазинов.
44. Методы определения психологического воздействия и экономической эффективности торговой рекламы.
45. Рекламные службы в сфере услуг, их задачи и функции, организационное построение рекламных служб.
46. Сущность закупочной работы, ее роль и содержание в условиях рынка.
47. Источники поступления и поставщики товаров в торговые предприятия. Классификация поставщиков товаров.
48. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках.
49. Коммерческая работа по продаже услуг – сущность, роль и содержание.
50. Методы стимулирования сбыта услуг.
51. Цели, задачи, направления формирования ассортимента.
52. Ассортимент товаров и торговая номенклатура – понятие, виды.
53. Порядок формирования ассортимента сервисных предприятиях.
54. Факторы, определяющие построение ассортимента услуг.
55. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности.
56. Управление финансами для обеспечения коммерческой деятельности.
57. Финансирование закупок и обновления основных фондов из собственных и заемных средств предприятия.
58. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности.

59. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности.
60. Оценка эффективности материально-технической базы.
61. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности в сфере услуг.
62. Основные экономические показатели коммерческой деятельности предприятия: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовый доход, издержки обращения и прибыль.
63. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Экономическая эффективность и экономический эффект.
64. Сущность лизинга, его виды и порядок заключения лизингового контракта.
65. Сущность франчайзинга, его виды и правовое регулирование.
66. Ресурсы предприятий ЖКХ.
67. Затратный и нормативный методы формирования издержек в предприятиях ЖКХ.
68. Тарифы на услуги ЖКХ.
69. Финансовые результаты деятельности предприятия.
70. Финансирование деятельности предприятий ЖКХ.
71. Тарифообразование в сфере услуг.
72. Специфика оказания услуг предприятиями ЖКХ.
73. Госрегулирование коммерческой деятельности на рынке ЖКХ.
74. Особенности организации коммерции в сфере ЖКХ.
75. Проблемы и перспективы развития рынка ЖКХ.
76. Виды предприятий, предоставляющих услуги ЖКХ.
77. Функции задачи предприятий сферы ЖКХ.
78. Законодательное регулирование данной сферы. Общие положения Правил предоставления услуг ЖКХ.
79. Изменения, касающиеся порядка предоставления коммунальных услуг.
80. Права и обязанности сторон коммунального обслуживания.
81. Стандарты качества предоставления услуг ЖКХ.
82. Порядок оплаты услуг ЖКХ

#### **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 сервисного 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 в 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.

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

### **а) основная литература:**

1. Панкратов Федор Григорьевич Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2017. - 500 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01418-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/317391>
2. Памбухчиянц Валерий Кеворкович Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) / Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В., - 12-е изд., перераб и доп. - М.:Дашков и К, 2018. - 456 с.: ISBN 978-5-394-02471-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/513880>
3. Маклаков Геннадий Васильевич Эффективность коммерческой деятельности / Маклаков Г.В. - М.:Дашков и К, 2016. - 232 с.: ISBN 978-5-394-02599-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/557756>
4. Янкина Ирина Александровна Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.В. Куимова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 537 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5b7ffabc697747.98312563](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b7ffabc697747.98312563).

### **б) дополнительная литература:**

1. Киселева Л.Г. Экономический анализ и оценка результатов коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Г. Киселева. — Электрон. текстовые данные. —



Саратов: Вузовское образование, 2017. — 99 с. — 978-5-4487-0061-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68930.html>

2. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс] : учебник / Д.А. Мачерет [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2016. — 380 с. — 978-5-89035-919-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57987.html>

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: <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) <http://znanium.com/bookread2.php?book=398696>

#### **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 сервисного 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 15.03.01, Сервис

Рабочую программу составил к.п.н. доц. Кривошова И.В. 

Рецензент  
(представитель работодателя) В.А. Анто-срвие юрист   
Судний в.п.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства  
протокол № 1 от 30.08.2017 г.  
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления  
протокол № 1 от 30.08.2017 г.  
Председатель комиссии Полоцкая О.П. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2018/19 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 30.08.18 года

Заведующий кафедрой  /Гусева А.С./

Рабочая программа одобрена на 2019/20 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 28.08.19 года

Заведующий кафедрой  /Гусева А.С./

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_