



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЦЕНТР ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ  
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Экономика»

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

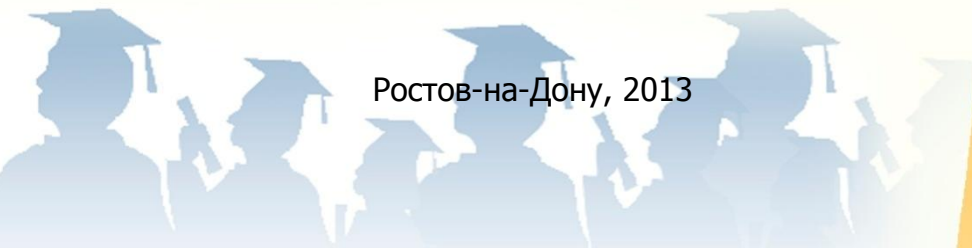
для самостоятельной работы  
по дисциплине

### **«Коммерция»**

Автор

Белолипецкая В.В.

Ростов-на-Дону, 2013





## Аннотация

Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Коммерция» для студентов специальности 032401

## Автор

Белолипецкая Вероника Владимировна,  
к.э.н., доцент





## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>6</b>
<b>ТЕМЫ РАБОТ.....</b>	<b>8</b>
Тема 1. Теоретические основы коммерческой деятельности предприятия. ....	8
Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их взаимосвязь.....	8
Тема 3. Коммерческие сделки. Договор в коммерческой деятельности. ....	8
Тема 4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Исследование товарных рынков. ....	9
Тема 5. Коммерческий риск и способы его минимизации. ....	9
Тема 6. Организация закупок товаров. ....	9
Тема 7. Коммерческая деятельность в рыночных структурах, их взаимодействие. ....	9
Тема 8. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития. ....	10
Тема 9. Инфраструктура коммерческой деятельности. ...	10
Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности....	10
Тема 11. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы. ....	11
<b>ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО РАЗДЕЛАМ КУРСА «КОММЕРЦИЯ».....</b>	<b>12</b>
Раздел 1. Сущность коммерческой деятельности. ....	12
Тесты проверки знаний к Разделу 1: .....	12
Раздел 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их взаимодействие .....	13
Тесты проверки знаний к Разделу 2: .....	13
Раздел 3. Коммерческие сделки. Договор в коммерческой деятельности .....	14
Тесты проверки знаний к Разделу 3: .....	14
Раздел 4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Исследование товарных рынков .....	15
Тесты проверки знаний к Разделу 4: .....	16



Коммерция

Раздел 5. Организация закупок товаров .....17  
 Тесты проверки знаний к Разделу 5: .....17  
 Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности  
 предприятия .....18  
 Тесты проверки знаний к Разделу 6: .....19  
 Раздел 7. Коммерческая деятельность в рыночных  
 структурах, их взаимодействие .....20  
 Тесты проверки знаний к Разделу 7: .....20  
 Раздел 8. Финансовое и материально-техническое  
 обеспечение коммерческой деятельности, источники развития  
 .....22  
 Тесты проверки знаний к Разделу 8: .....22  
 Раздел 9. Инфраструктура коммерческой деятельности .23  
 Тесты проверки знаний к Разделу 9: .....23  
 Раздел 10. Организация коммерческой деятельности в  
 сфере рекламы .....23  
 Тесты проверки знаний к Разделу 10:.....24  
 Раздел 11. Государственное и международное  
 регулирование и регламентация коммерческой и  
 предпринимательской деятельности .....24  
 Тесты проверки знаний к Разделу 11:.....25

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ 26**

**ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ. ....27**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ  
 НАУЧНОГО ДОКЛАДА, РЕФЕРАТА .....29**

Выбор темы .....30  
 Оформление научного доклада, реферата.....31

**ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ  
 ОБУЧЕНИЯ. ....33**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ**



**КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ  
ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ.....36**

Темы письменных работ .....36

**ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ  
ОБУЧЕНИЯ.....40**

**РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....43**

Периодические издания.....43

Интернет-ресурсы: .....44



## ВВЕДЕНИЕ

Курс «Коммерция» является составной частью системы экономических дисциплин и играет ключевую роль среди курсов блока ОПД, т.к. соединяет в единое целое процессы, связанные с куплей-продажей, обменом и доведением товаров до потребителей.

Целью данного курса является овладение студентами системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли от реализации товаров. Целью курса также является получение необходимых теоретических знаний и приобретение практических навыков в области коммерческой деятельности.

Активное развитие рыночных отношений привело к необходимости более широкого использования коммерческой деятельности в деятельности как торговых, так и промышленных предприятий.

В результате освоения курса «Коммерция» студент должен знать:

- основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия;
- теоретико-методологические основы организации коммерческой деятельности;
- методы исследования коммерческой деятельности;
- технологию основных составляющих коммерческой сделки;
- порядок государственного регулирования и регламентации деятельности предприятия в области коммерции;
- источники финансирования закупок и инвестирования развития материально-технической базы коммерческих предприятий.
- показатели и методы оценки результативности коммерческой деятельности предприятия.

Методические указания по курсу «Коммерция» рассчитаны на студентов всех форм обучения (очной и заочной).

Методические указания содержат 11 тем, являющихся центральными в данном курсе. Структурно-методические указания состоят из:

- учебных заданий по каждой теме, сформированных в виде вопросов, вопросы могут быть использованы и как ориентиры для самостоятельного изучения курса, в частности, студентами-



## Коммерция

заочниками, и как вопросы к семинарским занятиям;

- контрольных вопросов по всему курсу, которые используются для зачета;
- тем докладов и рефератов;
- списка рекомендуемой литературы.



## ТЕМЫ РАБОТ

### **Тема 1. Теоретические основы коммерческой деятельности предприятия.**

1. Предмет и методология коммерческой деятельности. Содержание коммерческой деятельности, цели, задачи, методы исследования, организации моделирования.

2. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики. Системный метод изучения дисциплины.

3. Функции и роль товарного обращения в рыночной экономике.

4. Особенности развития коммерческой деятельности в России и за рубежом. Регламентация коммерческой деятельности. Формирование конкурентных условий развития товарного обращения в России. Лицензирование и сертификация товаров и услуг отраслей товарного обращения.

5. Виды и методы осуществления коммерческих операций.

### **Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их взаимосвязь.**

1. Субъекты коммерческой деятельности – коммерческие организации (предприятия), их классификация.

2. Объекты коммерческой деятельности. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.

3. Услуги как объект коммерческой деятельности. Виды услуг, содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов.

### **Тема 3. Коммерческие сделки. Договор в коммерческой деятельности.**

1. Коммерческие операции и сделки на рынке товаров и услуг.

2. Этапы проведения сделки и их содержание.

3. Виды договоров, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг: договор купли-продажи, поставки, комиссии, консигнации, перевозки, хранения, агентского соглашения, коммерческой концессии, государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд.

4. Структура договора и его основные условия. Способы платежа и формы расчетов.

5. Базисные условия поставки, система «Инкотермс».

6. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров.





## **Тема 4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Исследование товарных рынков.**

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в условиях современного рынка. Коммуникации и их виды.
2. Содержание исследования рынка товаров. Изучение спроса покупателей и методы его прогнозирования.
3. Подходы к определению понятия коммерческая тайна.
4. Основные пути защиты коммерческой информации.

## **Тема 5. Коммерческий риск и способы его минимизации.**

1. Понятие коммерческого риска. Факторы коммерческого риска.
2. Основные способы минимизации коммерческого риска.
3. Страхование рисков.

## **Тема 6. Организация закупок товаров.**

1. Формирование хозяйственных связей в коммерческой деятельности.
2. Поиск и выбор поставщиков. Методики отбора поставщиков.
3. Закупки товаров, планирование и проведение закупок. Оптимальный размер партии заказа.
4. Поставка товаров. Организация закупочно-договорной работы.
5. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
6. Формирование и планирование товарных запасов. Управление товарными запасами на предприятии.

## **Тема 7. Коммерческая деятельность в рыночных структурах, их взаимодействие.**

1. Организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров, принципы и формы. Каналы распределения и их выбор.
2. Сущность и роль оптово-посреднических звеньев товарного обращения.
3. Зарубежный опыт организации оптово-посреднической деятельности. Состояние и основные направления оптово-



## Коммерция

посреднической деятельности в России.

4. Формирование оптово-посреднических структур федерального и регионального масштаба. Формирование видового разнообразия оптово-посреднических структур.

5. Роль и задачи розничной торговой сети.

### **Тема 8. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития.**

1. Финансирование и кредитование коммерческой деятельности.

2. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы.

3. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности предприятия. Технология процесса инвестирования коммерческого предприятия.

4. Сущность и роль лизинга в инвестиционной деятельности предприятий.

5. Сущность факторинга. Виды факторинговых операций. Заключение договора о факторинговом обслуживании.

### **Тема 9. Инфраструктура коммерческой деятельности.**

1. Основы функционирования товарных и фондовых бирж.

2. Выставки и ярмарки в инфраструктурном обеспечении товарного рынка и организация их проведения.

3. Аукционы и их роль в развитии коммерческой деятельности.

### **Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности.**

1. Основные экономические показатели коммерческой деятельности: объем товарооборота, объем продаж товаров, валовой доход, издержки обращения и прибыль.

2. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров.

3. Понятие коммерческого риска и факторы его минимизации.



## **Тема 11. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы.**

1.Реклама как инструмент системы продвижения товаров. Сущность, виды и формы рекламы. Средства и методы рекламы.

2.Роль рекламной деятельности в обеспечении эффективности коммерческой работы предприятия.

3.Планирование рекламной деятельности на коммерческом предприятии Организация рекламной деятельности на коммерческом предприятии.

4.Основные методы определения эффективности рекламной деятельности.

5.Товарный знак и его роль в повышении эффективности коммерческой деятельности. Передача прав на использование товарной марки. Сущность франчайзинга.



## ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО РАЗДЕЛАМ КУРСА «КОММЕРЦИЯ».

### Раздел 1. Сущность коммерческой деятельности.

**Тема 1. Содержание коммерческой деятельности, этапы ее развития.** Концепция коммерческой деятельности. Этапы развития коммерческой деятельности. Содержание коммерческой деятельности, ее цели, задачи, структура, методы исследования, организации и моделирования. Взаимодействие коммерции с другими дисциплинами. Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.

**Тема 2. Системный подход к коммерческой деятельности.** Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности. Развитие коммерческой деятельности в России и за рубежом.

### Тесты проверки знаний к Разделу 1:

1. Современная система товарного обращения включает ... службы производственных предприятий.

- А) маркетинговые;
- Б) охранные;
- В) медицинские.

2. Системный подход – это:

А) исследование совокупности взаимосвязанных элементов, составляющих единое целое;

- Б) создание эффективной системы взаимоотношений;
- В) коммерческие отношения в системе управления.

3. Предмет коммерции включает ... обмен.

- А) товароденежный;
- Б) информационный;
- В) неэквивалентный.

4. ... – это механизм, обеспечивающий взаимодействие между производством и потреблением.

- А) рынок;
- Б) предприятие;
- В) государство.



5. Конкуренция – это:
- А) противоборство, соперничество между предприятиями за получение прибыли;
  - Б) сотрудничество между предприятиями с целью получение прибыли;
  - В) состояние рынка на определенный момент времени.

## Раздел 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их взаимодействие

**Тема 3. Субъекты коммерческой деятельности.** Коммерческие организации (предприятия), их классификация по виду хозяйственной деятельности, характеру совершаемых операций, количественным параметрам, правовому положению, форме собственности, по принадлежности капитала. Объединения коммерческих организаций в форме союзов и ассоциаций, их роль в коммерческом предпринимательстве.

**Тема 4. Объекты коммерческой деятельности.** Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности. Оценка товаров в рыночных условиях. Услуги как объект коммерческой деятельности. Виды услуг, содержание услуг, их издержки в обращении товаров и влияние на уровень доходов.

### Тесты проверки знаний к Разделу 2:

1. Субъект торговли – это:
  - А) товар, услуга;
  - Б) покупатель;
  - В) юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, занимающиеся торговлей и зарегистрированные в установленном порядке.
  
2. Унитарное предприятие – организационно-правовая форма юридического лица, не наделенная правом ... на закрепленное за ней имущество.
  - А) пользования;
  - Б) собственности;
  - В) распоряжения.
  
3. Не являются коммерческими организациями:
  - А) хозяйственные товарищества;
  - Б) производственные кооперативы;
  - В) потребительские кооперативы.



4. Некоммерческие организации:
- А) не могут заниматься коммерческой деятельностью;
  - Б) могут свободно заниматься коммерческой деятельностью и распределять прибыль между участниками;
  - В) могут заниматься коммерческой деятельностью постольку, поскольку это служит их основной цели, не могут распределять прибыль между участниками.

### Раздел 3. Коммерческие сделки. Договор в коммерческой деятельности

**Тема 5. Коммерческие сделки на рынке товаров и услуг.** Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций в условиях рыночных отношений. Этапы проведения сделки и их содержание.

**Тема 6. Договор в коммерческой деятельности, виды договоров.** Виды договоров, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг: договор купли-продажи, поставки, комиссии, консигнации, аренды, перевозки, хранения, агентского соглашения, коммерческой концессии, внешнеторговый контракт.

**Тема 7. Структура договора и его основные условия.** Способы платежа и формы расчетов. Базисные условия поставки, система «Инкотермс». Условия поставки товаров и перемещения их через границу.

#### Тесты проверки знаний к Разделу 3:

1. Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара на определенное количество другого товара называется:

- А) клиринг;
- Б) бартер;
- В) факторинг;
- Г) франчайзинг;
- Д) дисконт.

2. Договор контрактации предусматривает:

- А) передачу продавцом покупателю товара для использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;
- Б) передачу продавцом покупателю товара для использования в предпринимательской деятельности;
- В) передачу производителем заготовителю



## Коммерция

ной сельскохозяйственной продукции для переработки или продажи;

- Г) передачу права требования по товарным поставкам;
- Д) поставку товаров для государственных нужд

3. Договор поставки предусматривает:

- А) передачу продавцом покупателю товара для использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;
- Б) передачу продавцом покупателю товара для использования в предпринимательской деятельности;
- В) передачу продавцом покупателю собственной сельскохозяйственной продукции для переработки или продажи;
- Г) передачу права требования по товарным поставкам;
- Д) поставку товаров для государственных нужд.

4. Договор розничной купли-продажи предусматривает:

- А) передачу продавцом покупателю товара для личного, семейного, домашнего потребления, не связанного с предпринимательской деятельностью;
- Б) передачу продавцом покупателю товара для использования в предпринимательской деятельности;
- В) передачу продавцом покупателю собственной сельскохозяйственной продукции для переработки или продажи;
- Г) поставку товаров для государственных нужд.

## Раздел 4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Исследование товарных рынков

**Тема 8. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в условиях современного рынка.** Понятие информации. Коммуникации и их виды. Коммуникации, используемые в коммерческой деятельности предприятия. Коммерческая тайна, ее признаки. Способы защиты коммерческой информации от утечки.

**Тема 9. Содержание исследования рынка товаров.** Изучение спроса покупателей и методы его прогнозирования.

**Тема 10. Процесс формирования цен на товары.** Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров. Методы определения цены экспортных и импортных товаров. Особенности ценообразования на мировом рынке.



## Тесты проверки знаний к Разделу 4:

1. Прогноз спроса методом экстраполяции тренда основан на:

А) изучении тенденции развития спроса в ретроспективе и распространении ее на определенный прогнозный период;

Б) оценке специалистами факторов и прогнозных явлений, связанных со спросом;

В) отборе факторов, оказывающих наибольшее влияние на спрос;

Г) характеристике влияния на спрос одного из факторов;

Д) использовании нормативной и технической документации.

2. Система безналичного расчета, основанная на зачете взаимных обязательств:

А) клиринг;

Б) бартер;

В) факторинг;

Г) франчайзинг;

Д) дисконт.

3. ... - сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг.

А) коммерческая информация;

Б) коммерческая тайна;

В) нормативно-правовая документация;

Г) товарная политика.

4. Денежное выражение стоимости товара –

А) цена;

Б) торговая надбавка;

В) потребительская стоимость.

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

А) торговая надбавка;

Б) потребительская стоимость;

В) издержки обращения.

6. Преднамеренно скрываемые по коммерческим соображениям экономические интересы и сведения о деятельности фирмы –





- А) коммерческая информация;
- Б) коммерческая тайна;
- В) конъюнктура.

7. Прогноз спроса с использованием коэффициента эластичности основан на:

- А) изучении тенденции развития спроса в ретроспективе и распространении ее на определенный прогнозный период;
- Б) оценке специалистами факторов и прогнозных явлений, связанных со спросом;
- В) отборе факторов, оказывающих наибольшее влияние на спрос;
- Г) характеристике влияния на спрос одного из факторов;
- Д) использовании нормативной и технической документации.

## Раздел 5. Организация закупок товаров

**Тема 11. Процесс планирования закупок на коммерческом предприятии.** Закупки товаров, планирование и проведение закупок. Организация закупочно-договорной работы. Оптимальный размер партии заказа. Поставка товаров.

**Тема 12. Формирование и планирование товарных запасов.** Понятие товарного запаса, деятельность по планированию товарных запасов, основные способы ликвидации излишних товарных запасов.

**Тема 13. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.** Товарный ассортимент, его виды. Товарная номенклатура. Планирование товарного ассортимента на предприятиях торговли.

### Тесты проверки знаний к Разделу 5:

1. Сбалансированность ассортимента характеризуется:
  - А) сочетанием различных видов товаров в группах и групп товаров в розничном торговом предложении;
  - Б) стабильностью постоянного ассортимента товаров по группам, подгруппам, видам и разновидностям;
  - В) соответствием фактического наличия товаров разработанному ассортиментному перечню;
  - Г) общим количеством товарных позиций.
  
2. Устойчивость ассортимента характеризуется:
  - А) сочетанием различных видов товаров в группах и групп товаров в розничном торговом предложении;



## Коммерция

- Б) соответствием фактического наличия товаров разработанному ассортиментному перечню в рассматриваемом периоде;  
 В) общим количеством товарных позиций.

3. Ассортимент товаров, представленный такими видами, которые классифицируются более чем по трем признакам –

- А) сложный ассортимент товаров;  
 Б) укрупненный ассортимент товаров;  
 В) простой ассортимент товаров.

4. Набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков – это:

- А) ассортимент товаров;  
 Б) ассортиментный перечень товаров;  
 В) показатель ассортимента товаров.

5. Полнота ассортимента характеризуется:

А) сочетанием различных видов товаров в группах и групп товаров в розничном торговом предложении;

Б) общим количеством наименований товаров, имеющих в продаже;

В) соответствием фактического наличия товаров разработанному ассортиментному перечню на данный момент.

## Раздел 6. Эффективность коммерческой деятельности предприятия

**Тема 14. Основные экономические показатели коммерческой деятельности.** Объем товарооборота, объем продажи товаров, валовой доход, издержки обращения и прибыль.

**Тема 15. Понятия коммерческого риска и способы его минимизации.** Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров. Понятие коммерческого риска и факторы его минимизации. Страхование в международной торговле. Арбитраж.



## Тесты проверки знаний к Разделу 6:

1. Способ снижения коммерческого риска путем создания встречных требований и обязательств контрагентов называется:

- А) контракция;
- Б) хеджирование;
- В) контингентирование;
- Г) опцион.

2. Фондовооруженность – это:

- А) стоимость активных основных фондов в расчете на одного работника за определенный период;
- Б) отношение товарооборота к стоимости используемых основных фондов за определенный период;
- В) отношение стоимости используемых основных фондов к товарообороту за определенный период;
- Г) отношение нового (замененного) оборудования к его общему количеству за определенный период.

3. Принцип адаптивности структуры управления коммерческой деятельностью предприятия подразумевает:

- А) гибкость и приспособляемость к переменам и условиям окружающей среды;
- Б) упрощение структуры управления при сохранении стабильности и надежности;
- В) прием во внимание всех факторов, влияющих на принятие коммерческого решения, связь коммерческих процессов с субъектами внешней среды;
- Г) ориентацию на горизонтальные связи.

4. Допустимым называется коммерческий риск, связанный с:

- А) вероятностью потери прибыли;
- Б) вероятностью банкротства;
- В) воздействием хорошо известных и прогнозируемых факторов.

5. Критическим называется коммерческий риск, связанный с:

- А) вероятностью потери прибыли;
- Б) вероятностью потери прибыли и недополучения части дохода;



## Коммерция

- В) возможностью банкротства;
- Г) воздействием случайных факторов.

6. Катастрофическим называется коммерческий риск, связанный с:

- А) вероятностью потери прибыли;
- Б) вероятностью потери прибыли и недополучения части дохода;
- В) возможностью банкротства;
- Г) воздействием случайных факторов.

## Раздел 7. Коммерческая деятельность в рыночных структурах, их взаимодействие

**Тема 16. Каналы распределения и их выбор.** Организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров, принципы и формы. Каналы сбыта, их виды, принципы выбора.

**Тема 17. Сущность и роль оптово-посреднических звеньев товарного обращения.** Зарубежный опыт организации оптово-посреднической деятельности. Состояние и основные направления оптово-посреднической деятельности в России. Формирование оптово-посреднических структур федерального и регионального масштаба. Формирование видового разнообразия оптово-посреднических структур.

**Тема 18. Значение розничной торговли, ее функции и структура.** Розничная торговая сеть: функции и структура. Организация сервисного обслуживания.

### Тесты проверки знаний к Разделу 7:

1. Процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления это:

- А) товародвижение;
- Б) товарооборот;
- В) товарооборачиваемость.

2. Процесс размещения товара в складском помещении, содержание и уход за ним в целях обеспечения его качества и количества – это:

- А) хранение товаров;
- Б) товароснабжение;



## Коммерция

- В) товародвижение.
3. Под «рынком покупателя» подразумевается:
- А) превышение спроса над предложением товаров;
  - Б) превышение предложения над спросом;
  - В) равенство спроса и предложения;
  - Г) розничный рынок;
  - Д) ярмарка, организованная потребительским кооперативом.
4. К социальным факторам, влияющим на процесс товародвижения, относится:
- А) уровень доходов населения;
  - Б) товарная специализация производственных предприятий;
  - В) состояние транспортных путей сообщения.
5. К транспортным факторам, влияющим на процесс товародвижения относится:
- А) размещение производства товаров;
  - Б) состояние путей сообщения;
  - В) расселение населения.
6. Торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием – это:
- А) розничная торговля;
  - Б) оптовая торговля;
  - В) бартер.
7. Предприятие розничной торговли, реализующее отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров -
- А) магазин со смешанным ассортиментом товаров;
  - Б) магазин с комбинированным ассортиментом товаров;
  - В) специализированный магазин.
8. Совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением -
- А) торговая сеть;
  - Б) инфраструктура рынка;
  - В) товарный рынок.



## **Раздел 8. Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития**

**Тема 19. Особенности формирования материально-технической базы коммерческого предприятия.** Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности. Оценка эффективности материально-технической базы.

**Тема 20. Роль инвестиций в коммерческой деятельности предприятия.** Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности предприятия. Технология процесса инвестирования коммерческого предприятия. Финансирование и кредитование коммерческой деятельности. Сущность системы факторинга. Кредитование в международной торговле.

**Тема 21. Сущность и роль лизинга в инвестиционной деятельности предприятия.** Лизинг, его сущность, виды, принципы осуществления лизинговых операций.

### **Тесты проверки знаний к Разделу 8:**

1. Вид деятельности связанный с передачей права коммерческого использования торговой марки, технологии, ноу-хау:

- А) клиринг;
- Б) бартер;
- В) факторинг;
- Г) франчайзинг;
- Д) лизинг.

2. Вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в долгосрочную аренду:

- А) клиринг;
- Б) бартер;
- В) факторинг;
- Г) франчайзинг;
- Д) лизинг.

3. Краткосрочные инвестиции – это...:

- А) вложения капитала на срок не более 1 месяца;
- Б) вложения капитала на срок не более 1 года;
- В) вложения капитала на срок не более 10 лет.



4. Капитал, материально-техническая база, информационное обеспечение являются:

- А) объектами коммерческой деятельности;
- Б) базисом коммерческой деятельности;
- В) инфраструктурой коммерческой деятельности.

## Раздел 9. Инфраструктура коммерческой деятельности

**Тема 22. Функции банков в коммерческой деятельности предприятий.** Основные критерии выбора банка для коммерческих предприятий.

**Тема 23. Основы функционирования товарных и фондовых бирж.** Основные мировые биржи и аукционы, международные торги.

**Тема 24. Выставки и ярмарки в инфраструктурном обеспечении товарного рынка.** Организация проведения ярмарок, выставок-продаж.

### Тесты проверки знаний к Разделу 9:

1. Место проведения свободных торгов и заключения контрактов на партии однородных товаров по рыночным ценам, складывающимся в результате спроса и предложения –

- А) биржа;
- Б) ярмарка;
- В) торговый дом.

2. Конкурсный способ закупки товаров путем привлечения предложений нескольких поставщиков и выбора наиболее выгодного из них –

- А) ярмарка;
- Б) торги;
- В) аукцион.

## Раздел 10. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы

**Тема 25. Реклама как инструмент системы продвижения товаров.** Сущность, виды и формы рекламы. Средств



## Коммерция

ва и методы рекламы. Роль рекламной деятельности в коммерческой работе предприятия. Основные направления развития рекламного бизнеса в России и за рубежом.

**Тема 26. Организация рекламной деятельности на коммерческом предприятии.** Планирование рекламной деятельности на коммерческом предприятии.

**Тема 27. Основные методы определения эффективности рекламной деятельности.** Психологический и экономический эффекты рекламного обращения. Методы определения эффективности рекламной деятельности коммерческого предприятия.

### Тесты проверки знаний к Разделу 10:

1. Экономическая эффективность рекламы – это:
  - А) сумма затрат на рекламу;
  - Б) охват аудитории;
  - В) яркость и глубина впечатления от рекламы;
  - Д) влияние рекламы на изменение товарооборота.
  
2. Отличительной характеристикой рекламы является:
  - А) информирует потребителя только о новых товарах;
  - Б) платный характер и наличие конкретного заказчика;
  - В) информирует потребителя только о товарах и услугах.

### Раздел 11. Государственное и международное регулирование и регламентация коммерческой и предпринимательской деятельности

**Тема 28. Государственное и международное регулирование предпринимательской и коммерческой деятельности.** Направления, принципы и методы государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения. Регламентация коммерческой деятельности. Формирование конкурентных условий развития товарного обращения в России. Лицензирование и сертификация товаров и услуг отраслей товарного обращения.





## Тесты проверки знаний к Разделу 11:

1. К методам государственного регулирования торговой деятельности не относится:

А) лицензирование отдельных видов торговой деятельности в установленном порядке;

Б) сертификация продукции потребительского назначения, услуг торговли и общественного питания в установленном порядке;

В) реализация государственной монополии на отдельные виды товаров и отдельные виды торговой деятельности, установленной Российской Федерацией, и введение отдельных ограничений на осуществление торговой деятельности;

Г) поддержка отечественных товаропроизводителей в сфере торговой деятельности и социально-значимых видов торговой деятельности;

Д) все вышеперечисленные виды деятельности относятся к методам государственного регулирования торговой деятельности.



## ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

<b>Темы для самостоятельного изучения</b>	<b>Виды и содержание самостоятельной работы</b>
<b>Тема 1.</b> Зарубежный и отечественный опыт развития коммерческой деятельности.	Изучение литературы, электронных источников информации, написание эссе по данной теме.
<b>Тема 2.</b> Государственное регулирование коммерческой деятельности в России и в зарубежных странах.	Изучение литературы, подготовка рефератов.
<b>Тема 3.</b> Практика проведения аукционных торгов. Ярмарки и их значение в коммерческой деятельности.	Анализ отечественного и зарубежного опыта проведения аукционных торгов. Изучение литературы, написание эссе по темам: «История аукционной торговли. Виды аукционов», «Ярмарки: современный этап их развития».
<b>Тема 4.</b> Особенности деятельности международных бирж.	Изучение литературы, подготовка рефератов.
<b>Тема 5.</b> Планирование и организация участия фирмы в выставке.	Анализ статей в периодических изданиях по данной теме. Составление плана участия предприятия в выставке. Написание эссе по темам «Основные проблемы предприятия при участии в выставке», «Подготовка и проведение выставки, анализ результатов».
<b>Тема 6.</b> Подготовка и заключение внешнеторгового контракта.	Изучение и анализ литературы по данному вопросу.
<b>Тема 7.</b> Практика страхования коммерческой деятельности предприятия.	Подготовка докладов и сообщений по проблеме.



## ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ.

1. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле России.
2. Особенности развития франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в России и зарубежных странах.
3. Методы исследования конъюнктуры потребительского рынка.
4. Материально-техническая база коммерческого предприятия и ее влияние на эффективность коммерческой деятельности.
5. Типология предприятия розничной торговли по продаже потребительских товаров.
6. Формирование оптимального торгового ассортимента – основа эффективной коммерческой деятельности.
7. Планирование и организация закупок товаров.
8. Формирование коммерческих связей розничных торговых фирм на потребительском рынке.
9. Организационное и экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью.
10. Организация системы товароснабжения как основы торгово-технологического процесса.
11. Организация процесса продажи товаров.
12. Формирование инфраструктуры сервиса обслуживания покупателей в сфере розничной торговли.
13. Роль и развитие сервиса в розничной торговле.
14. Особенности развития коммерческой деятельности в оптовой торговле.
15. Организация коммерческой деятельности разных форм оптовой торговли в России и за рубежом.
16. Исследование рынков закупок и сбыта потребительских товаров в оптовой торговле.
17. Системный подход к формированию коммерческих связей в оптовой торговле.
18. Организация системы закупочной деятельности в оптовой торговой фирме.
19. Управление коммерческими операциями в оптовой торговле в процессе товародвижения.
20. Исследование и оптимизация ассортимента товаров для формирования ассортиментной политики фирмы.
21. Применение маркетинга в оптовой торговле.
22. Стимулирование розничной продажи.
23. Организация хозяйственных связей торговой фирмы с



## Коммерция

поставщиками и посредниками.

24. Роль рекламно-информационной работы в организации коммерческой деятельности.

25. Организация торговли на аукционе.

26. Организация и техника коммерческих операций на торговых биржах.

27. Современные методы розничной торговли.

28. Коммерческая товарная политика сбыта.

29. Оптимальное управление оборотом предприятия.

30. Сбытовая коммерческая деятельность производителей.

31. Особенности осуществления лизинговых операций.

32. Особенности развития факторинга в России.



## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ НАУЧНОГО ДОКЛАДА, РЕФЕРАТА**

Подготовка научного доклада или реферата относится к самостоятельной научно-исследовательской работе студентов.

Реферат может быть результатом реферирования одной или нескольких книг и/или статей по выбранной теме. Это краткий обзор основного содержания научных источников. Кроме того, реферат может представлять собой краткое раскрытие определенной темы. Студент показывает степень изученности данной проблемы, ее дискуссионность, дает свое понимание рассматриваемых вопросов. Может быть показана особенность решения данных вопросов в условиях российского рынка и практики ведения коммерческой деятельности.

Цель написания доклада и реферата – приобщить студентов к творческой работе с экономической литературой, периодическими изданиями и Интернет-ресурсами.

Непосредственными задачами данной формы самостоятельной работы являются:

- научиться самостоятельно анализировать литературные источники и представлять материал;
- овладеть научно-исследовательским стилем письма, для которого характерны отсутствие личных местоимений, употребление глаголов, выражающих чувства (эмоции), повествование от третьего лица, особая мера выдержанности оценок и т.д.;
- усвоить формальные и редакционные требования оформления работы.

Научный доклад, реферат, как письменная научная работа, предполагает определенную организацию его подготовки и написания, а также соблюдения требований, которые к нему предъявляются.

- Студент самостоятельно или с помощью преподавателя, закрепленного кафедрой в качестве научного руководителя, выбирает из списка, предложенного кафедрой, тему для своего доклада, реферата. Тема может быть предложена студентом помимо указанного списка, но она обязательно должна быть согласована с научным руководителем.
- Реферат должен иметь план, включающий несколько разделов и список использованной литературы. В ряде случаев даются приложения. Желательно чтобы реферат начинался с небольшого введения, в котором студент может обосновать выбор темы, рас-



## Коммерция

крыть структуру плана и дать анализ литературы, по которой будет написана реферат. Кроме актуальности тематики необходимо указать цели и задачи-исследования, отразить методологию и объекты исследования, сослаться на проработанность данной проблематики в работах ведущих авторов. Целесообразно завершить реферат краткими выводами и предложениями, вытекающими из текста работы. Доклад как более краткое изложение материала не содержит структурные части реферата.

– Текст должен иметь характер самостоятельного изложения. Не допускается дословное переписывание материалов из источников без соответствующих ссылок. Ссылками на источник (Автор. Название. Год и место издания. Страница) должны быть оформлены прямые цитаты из текста используемых изданий, а именно: чье-то мнение, высказывание, приведенные факты, в том числе статистические материалы, таблицы, сравнительные данные и т.п., а также материалы, размещенные в Internet с соответствующими адресами. Сноски должны быть, оформлены единообразно. Сноски в тексте работы могут быть как постраничными, так и концевыми. В последнем случае они должны корреспондировать со списком литературы, приведенном в финале работы. Например, сноска типа [6, 148] непосредственно в тексте означает ссылку на источник, позиционированный в списке литературы под номером 6, и на текст, размещенный в нем на 148-ой странице.

## Выбор темы

Для того чтобы выбор темы был осуществлен правильно, студенту вначале следует внимательно посмотреть соответствующий раздел курса «Коммерция» по плану семинарских занятий. Это поможет лучше представить содержание, объем и основные вопросы избираемой темы, связать их с интересами студента в той или иной области знаний.

Тема реферата, доклада раскрывается на основе изучения основной и дополнительной литературы, а не только на базе материалов учебников и учебных пособий. В списке литературы реферата должно быть не менее 5 названий различных источников (монографий, журнальных статей, справочников и официальных документов).



## Оформление научного доклада, реферата

Научный доклад оформляется в произвольной форме и представляется в процессе семинарского, практического занятия. Его основное назначение – продемонстрировать самостоятельную работу студента с различными дополнительными источниками информации, донести интересную, важную информацию по теме семинарского занятия.

Реферат как один из элементов научно-исследовательской работы студента должен быть оформлен в соответствии с методическими указаниями. Минимальный объем реферата 10-15 страниц стандартного формата А4, максимальный 20 (двадцать) страниц машинописного текста через 1,5 (полтора) межстрочных интервала шрифтом 14-го размера.

– Реферат выполняется на стандартных листах формата А4 (210 x 297 мм). Ориентация текста книжная (лист располагается вертикально). Текст наносится постранично только с одной стороны листа, двустороннее расположение текста на листе недопустимо.

– Поля и отступы текста: левое поле – 30 мм, правое поле – 15 мм, верхнее и нижнее поля – по 25 мм. Если текст печатается на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word, то при форматировании следует установить правый ограничитель текста в позицию 16<sup>1</sup>/<sub>2</sub>. Оформлять границы полей в виде рамок не нужно.

– Нумерация страниц начинается с титульного листа. Титульный лист считается первой страницей, но номер «1» на нем не проставляется. На второй странице располагается «План» работы. В «Плане» напротив соответствующих разделов должны быть представлены номера страниц, с которых они начинаются.

– На титульном листе реферата должна содержаться следующая информация: наименование вуза, кафедра, по которой выполняется работа, название темы, аббревиатура студенческой группы, фамилия и инициалы студент, фамилия и инициалы научного руководителя, а также его ученая степень и должность, город и текущий год.

Реферат, как форма самостоятельной работы студента, также представляет собой форму промежуточного контроля. Результаты промежуточного контроля учитываются при рейтинговой оценке знаний студентов.

*Неудовлетворительная оценка* ставится за работу, переписанную с одного источника.

*Удовлетворительная оценка* ставится за реферат, в котором недостаточно полно освещены узловые вопросы темы. Работа на-



## Коммерция

писана на базе устаревших источников.

*Хорошая оценка* ставится за работу, написанную на достаточно высоком теоретическом уровне, в полной мере раскрывающую тему, правильно оформленную.

*Отличная оценка* ставится за работу, которая характеризуется использованием большого количества литературных источников, глубоким анализом привлеченного материала, творческим подходом к его изложению, в том числе к демонстрации дискуссионности данной проблематики.





## ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ.

1. Сущность и содержание коммерческой деятельности, ее цели, задачи, структура, методы исследования, организации и моделирования.
2. Экономическая природа и эффективность товарного обращения. Функции и роль товарного обращения в рыночной экономике.
3. Концепция коммерческой деятельности. Этапы развития коммерческой деятельности.
4. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности.
5. Особенности Развитие коммерческой деятельности в России и за рубежом.
6. Субъекты коммерческой деятельности – коммерческие организации (предприятия), их классификация.
7. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
8. Услуги как объект коммерческой деятельности. Виды услуг.
9. Коммерческие сделки на рынке товаров и услуг.
10. Этапы проведения сделки и их содержание.
11. Виды договоров, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг: договор купли-продажи, поставки, комиссии.
12. Договор консигнации, аренды, перевозки, хранения.
13. Договор агентского соглашения, коммерческой концессии, внешнеторговый контракт.
14. Структура договора и его основные условия.
15. Способы платежа и формы расчетов. Система франко.
16. Базисные условия поставки, система «Инкотермс».
17. Условия поставки товаров и перемещения их через границу.
18. Информационное обеспечение коммерческой деятельности в условиях современного рынка. Коммуникации и их виды.
19. Содержание исследования рынка товаров.
20. Изучение спроса покупателей и методы его прогнозирования.
21. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров.
22. Методы определения цены экспортных и импортных товаров. Особенности ценообразования на мировом рынке.
23. Закупки товаров, планирование и проведение закупок.
24. Организация закупочно-договорной работы. Оптимальный



## Коммерция

размер партии заказа.

25. Организация и осуществление поставок товаров.
26. Формирование и планирование товарных запасов.
27. Понятие товарного ассортимента и товарной номенклатуры.
28. Основные экономические показатели коммерческой деятельности: объем товарооборота, объем продажи товаров, валовой доход, издержки обращения и прибыль.
29. Факторы, обуславливающие результативность коммерческой деятельности.
30. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров.
31. Понятие коммерческого риска и факторы его минимизации.
32. Организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров, принципы и формы.
33. Каналы распределения и их выбор.
34. Сущность и роль оптово-посреднических звеньев товарного обращения.
35. Зарубежный и российский опыт организации оптово-посреднической деятельности.
36. Розничная торговая сеть: функции и структура. Организация сервисного обслуживания.
37. Роль материально-технической базы и технической политики в осуществлении коммерческой деятельности.
38. Оценка эффективности материально-технической базы.
39. Инвестиции как источник развития материально-технической оснащенности предприятия.
40. Технология процесса инвестирования коммерческого предприятия.
41. Финансирование и кредитование коммерческой деятельности.
42. Сущность системы факторинга.
43. Сущность и роль лизинга в инвестиционной деятельности предприятия.
44. Основы функционирования товарных и фондовых бирж.
45. Основные мировые биржи и аукционы, международные торги.
46. Выставки и ярмарки в инфраструктурном обеспечении товарного рынка. Организация проведения ярмарок, выставок-продаж.
47. Функции банков в коммерческой деятельности предприятий. Основные критерии выбора банка для коммерческих предприятий.



## Коммерция

48. Реклама как инструмент системы продвижения товаров. Сущность, виды и формы рекламы.

49. Средства и методы рекламы. Роль рекламной деятельности в коммерческой работе предприятия.

50. Планирование и организация рекламной деятельности на коммерческом предприятии.

51. Основные методы определения эффективности рекламной деятельности.

52. Основные направления развития рекламного бизнеса в России и за рубежом.

53. Направления, принципы и методы государственного регулирования коммерческой деятельности предприятий по отраслям и сферам применения.

54. Государственное и международное регулирование товарного обращения.

55. Формирование конкурентных условий развития товарного обращения в России.

56. Лицензирование и сертификация товаров и услуг отраслей товарного обращения.

57. Особенности формирования франчайзинговых систем.



## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ.

Одной из форм самостоятельной работы студентов-заочников является выполнение контрольной работы по данной дисциплине.

Студент обязан выполнить контрольную работу по предлагаемому варианту, номер которого совпадает с последней цифрой зачетной книжки. Вопросами контрольной работы являются темы письменных работ. В таблице указываются номера вопросов, включенных в данный вариант.

### Задания на выполнения контрольной работы

№ варианта	Вопросы к варианту	№ варианта	Вопросы к варианту	№ варианта	Вопросы к варианту
1	25; 50; 73	9	17; 45; 65	17	9; 35; 57
2	24; 49; 72	10	16; 41; 64	18	8; 34; 56
3	23; 48; 72	11	15; 40; 63	19	7; 33; 55
4	22; 47; 70	12	14; 39; 62	20	6; 30; 54
5	21; 46; 69	13	13; 31; 61	21	5; 32; 28
6	20; 43; 68	14	12; 38; 60	22	4; 29; 53
7	19; 44; 67	15	11; 37; 59	23	3; 28; 52
8	18; 42; 66	16	10; 36; 58	24	2; 27; 51
				25	1; 26; 54

### Темы письменных работ

1. Товарное обращение: понятие, формы. Функции товарного обращения.
2. Государственное регулирование рынка в современных условиях.
3. Модель товарного рынка.
4. История развития коммерческого предпринимательства в России.
5. Методология коммерческой деятельности. Взаимодействие коммерческой деятельности с другими науками.
6. Сущность и содержание коммерческой деятельности.
7. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности.
8. Концепция коммерческой деятельности.
9. Системный подход к коммерческой деятельности.
10. Виды коммерческих операций и методы их осуществления.



## Коммерция

11. Факторы, влияющие на результаты работы коммерческого предприятия.
12. Товар как объект коммерческой деятельности.
13. Конкурентоспособность товара и факторы, влияющие на нее: технический уровень товара, качество, сертификация продукции, конкурентоспособность продавцов.
14. Услуга, ее признаки и особенности как объекта коммерческой деятельности.
15. Торговая сделка: понятие, черты современных торговых сделок.
16. Основные способы оформления сделки: контракт (договор), оферта, акцепт.
17. Субъекты коммерческой деятельности – коммерческие организации (предприятия).
18. Коммерческий риск и способы его уменьшения.
19. Принципы и элементы «технологии» создания нового предприятия.
20. Основные коммерческие условия договора купли-продажи.
21. Основные коммерческие условия договора поставки.
22. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд.
23. Основные коммерческие условия дилерского договора и договора на проведение товарообменной (бартерной) операции.
24. Основные коммерческие условия договоров комиссии и консигнации.
25. Основные коммерческие условия агентского договора.
26. Ведение преддоговорной работы, порядок заключения, расторжения, изменения и дополнения договоров.
27. Основные коммерческие условия контрактов международной купли-продажи.
28. Способы платежа и формы расчетов.
29. Документы, используемые при расчетах по контрактам и при расчетах за поставленные товары.
30. Система франкирования и «Инкотермс».
31. Коммерческая информация: сущность, требования, источники информации, методы ее получения.
32. Роль товарных знаков в коммерческой работе.
33. Изучение и оценка спроса на потребительские товары.
34. Сущность и последовательность прогнозирования спроса, виды прогнозов.
35. Методы прогнозирования спроса и их характеристика.
36. Конъюнктура рынка: понятие, отличительные черты,



## Коммерция

факторы.

37. Направления изучения конъюнктуры рынка потребительских товаров.

38. Емкость потребительского рынка: сущность и методика расчета.

39. Анализ требований потребителя к товару и анализ перспектив развития рынка.

40. Изучение деятельности фирм-конкурентов и фирм-покупателей товаров.

41. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары.

42. Сущность и показатели рациональной организации товародвижения и товароснабжения.

43. Каналы товародвижения: сущность, функции, виды, характеристики.

44. Управление товарными запасами.

45. Сущность и роль оптово-посреднических звеньев товарного обращения.

46. Зарубежный опыт организации оптово-посреднической деятельности.

47. Состояние и основные направления развития оптово-посреднической деятельности в России.

48. Формирование оптово-посреднических структур федерального масштаба.

49. Формирование оптово-посреднических структур регионального масштаба.

50. Основные виды оптово-посреднических структур.

51. Методы оптовой продажи товаров.

52. Методы розничной продажи товаров.

53. Розничная торговая сеть: структура, принципы и факторы рационального размещения розничной торговой сети.

54. Материально-техническая база коммерческой деятельности торгового предприятия и техническая политика.

55. Формы финансирования из собственных средств: самофинансирование, финансирование за счет делового участия, образование совместного предприятия.

56. Инвестиции как источник развития материально-технической базы коммерческой деятельности торгового предприятия.

57. Кредитование как форма финансирования за счет заемных средств: банковское и коммерческое.

58. Факторинг: сущность, виды факторинговых операций.

59. Лизинговые операции как форма финансирования вложений на приобретение основных средств.



## Коммерция

60. Показатели, характеризующие структуру финансов и капитала предприятия, его ликвидность и рентабельность.
61. Организация биржевой торговли.
62. Оптовые ярмарки и их роль в закупке товаров.
63. Организация выставочной торговли.
64. Сущность, организационные формы и порядок проведения аукциона.
65. Организация проведения конкурсов (тендеров).
66. Функции банков в коммерческой деятельности предприятий. Критерии выбора банка для коммерческих предприятий.
67. Анализ и оценка коммерческой деятельности предприятия.
68. Система показателей анализа эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
69. Понятия, сущность, задачи и функции рекламы.
70. Основные направления развития рекламного бизнеса за рубежом.
71. Виды рекламных средств и их применение.
72. Организация работы рекламно-информационных агентств.
73. Показатели эффективности рекламной деятельности.



## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ.**

1. Предмет и метод дисциплины «Коммерция».
2. Сущность и содержание коммерческой деятельности.
3. Виды коммерческих операций в условиях рынка: основные и вспомогательные. Их место в деятельности предприятий.
4. Экономическая природа и эффективность товарного обращения.
5. Функции и роль товарного обращения в рыночной экономике.
6. Особенности развития коммерческой деятельности в России.
7. Направления, принципы и методы государственного регулирования товарного обращения.
8. Формирование конкурентных условий развития товарного обращения в России. Лицензирование и сертификация товаров и услуг отраслей товарного обращения.
9. Взаимосвязь коммерческой деятельности и конечных результатов работы предприятия.
10. Коммерческий риск и способы его уменьшения.
11. Товар, его характеристика и использование как объекта коммерческой деятельности.
12. Услуги как объекты и сфера коммерческой деятельности на потребительском рынке. Виды услуг, их содержание, образуемые издержки, влияние на уровень доходов предприятий.
13. Виды и особенности сервисных услуг на рынке, технология их осуществления.
14. Коммерческие сделки при закупке товаров, технология их осуществления.
15. Методы проведения коммерческих сделок предприятиями на рынке товаров и услуг: их виды, содержание и влияние на результативность коммерческой деятельности.
16. Коммерческие организации (предприятия) в сфере товарного обращения: их классификация и направленность коммерческой деятельности.
17. Виды договоров, заключаемых сторонами на рынке товаров и услуг.
18. Структура договора и его основные условия.
19. Способы платежа и формы расчетов.
20. Базисные условия поставки. Система «Инкотермс».
21. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности предприятий при рыночных отношениях.
22. Содержание исследования рынка товаров: сущность и





## Коммерция

направления.

23. Ценообразующие факторы и формирование цен на товары при закупке и продаже товаров.

24. Товарный ассортимент, определение оптимальной структуры ассортимента.

25. Закупки товаров: планирование, организация. Оптимальный размер партии заказа.

26. Организация товародвижения, принципы и формы.

27. Каналы распределения и их выбор.

28. Сущность и роль оптово-посреднических звеньев товарного обращения.

29. Зарубежный опыт организации оптово-посреднической деятельности.

30. Состояние и основные направления оптово-посреднической деятельности в России.

31. Формирование оптово-посреднических структур федерального масштаба.

32. Розничная торговля как сфера коммерческой деятельности.

33. Финансирование и кредитование коммерческой деятельности.

34. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, влияние на ее результативность.

35. Финансовая среда (лизинг): коммерческие условия и технология проведения. Значение в инвестиционной деятельности предприятия.

36. Факторинг как форма финансирования.

37. Основы функционирования товарных и фондовых бирж.

38. Выставки и ярмарки в инфраструктурном обеспечении товарного рынка, организация их проведения.

39. Специфика аукционной торговли, виды и организация проведения.

40. Функции банков в коммерческой деятельности предприятий. Основные критерии выбора банка для коммерческих предприятий.

41. Результаты коммерческой деятельности, и факторы их обуславливающие.

42. Методический подход к определению точки безубыточности при закупке и продаже товаров.

43. Функции коммерческой деятельности. Коммерческая политика и ее задачи. Стратегия коммерческой деятельности.

44. Исследование конъюнктуры товарного рынка.

45. Проведение коммерческих переговоров и заключение договоров купли-продажи и поставки. Основные документы



## Коммерция

договора поставки.

46. Формирование оптово-посреднических структур регионального масштаба.

47. Формирование видового разнообразия оптово-посреднических услуг.

48. Исследование конкурентной среды.

49. Инвестиции как источник развития материально-технической базы.

50. Качество и потребительская оценка товаров на рынке.

51. Реклама как институт продвижения товаров: сущность, виды, формы, средства и метод.

52. Организация и планирование рекламной деятельности на коммерческом предприятии.

53. Основные методы определения эффективности рекламной деятельности.

54. Основные направления развития рекламного бизнеса за рубежом.



## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Васьков М.А. Коммерческая организация в современном российском обществе: социологический анализ типов организационных и управленческих культур. - Ростов н/Д : ИЦ ДГТУ, 2009.
2. Коммерческое (торговое) право : учеб. для вузов. / Под ред. Ю.Е. Булатецкого. - М.: Норма: ИНФРА-М. Доп. УМО, 2011.
3. Организация коммерческой деятельности : учеб. пособие./ Под ред. Л.А. Брагина. - М.: АСАДЕМІА. Доп. МО РФ, 2007.
4. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность : учеб. для вузов. - М.: Дашков и К`. Рек. МО РФ, 2010.
5. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник, 13-е изд., перераб. и доп. - М.: ИТК Дашков и Ко, 2012.
6. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность : учеб. для вузов. - М.: ИНФРА-М. Рек. МО РФ, 2011.
7. Пугинский Б.И. Коммерческое право России: учеб. - М.: Юрайт. Рек. Учеб.-метод. советом УМО, 2010.
8. Синяева И. М., [Земляк С. В.](#), [Синяев В. В.](#) [Маркетинговые коммуникации. Учебник.](#) - М.: Дашков и К`. Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации, 2011. // [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
9. Синяева И. В. [Маркетинг в коммерции. Учебник](#) 3-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. // [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
10. Управление маркетингом. Учебное пособие. / Под ред. Короткова А.В., Синяевой И.М. - М.: Юнити-Дана. Гриф УМО, УМЦ, 2012.
11. Хлопенко О.В. Инновации в коммерческой деятельности : учеб. пособие. - Ростов н/Д.: РИО ДГТУ, 2008.

## Периодические издания

1. Sales business-продажи: Изд-во ЗАО «Актион-Медиа». // [www.salespro.ru](http://www.salespro.ru)
2. Управление каналами дистрибуции
3. Управление продажами
4. Маркетинговые коммуникации: Издат. дом Гребенникова. // [www.grebennikov.ru](http://www.grebennikov.ru)
5. Маркетинг в России и за рубежом: Издательство «Финпресс». // [www.dis.ru](http://www.dis.ru)



### **Интернет-ресурсы:**

1. Российская государственная библиотека – [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)
2. Госкомстат России – [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
3. Сайт о маркетинге – [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
4. Словарь Интернет-терминов – [www.netlingo.com](http://www.netlingo.com)
5. Бизнес-аналитика – [www.businessanalytica.ru](http://www.businessanalytica.ru)
6. Российская ассоциация маркетинга – [www.ram.ru](http://www.ram.ru)