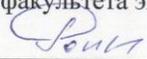


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)

Утверждаю

Декан факультета экономики и управления

 И.А. Ромахина

« 31 » 08 20 12 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.3.В.11 КОММЕРЦИЯ

ТРУДОЕМКОСТЬ (в зачетных единицах) 5

Направление подготовки	080200.62 «Менеджмент»
Профиль подготовки	Управление малым бизнесом
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Коммерция» являются формирование у студентов системы знаний по общим тенденциям становления и развития коммерции в сфере товарного обращения и малого предпринимательства при анализе деятельности экономических систем; систематизация методологических принципов; определение методов решения типовых проблем в области организации торговли; использование имеющегося опыта (отечественного и зарубежного) при анализе деятельности коммерческих предприятий; овладение концепцией и методологией системного подхода к организации коммерции торговли в малых предприятиях; знание содержания основных процессов организации коммерческой деятельности, типовых задач управления малыми предприятиями и методов их решения; научиться определять основные параметры наиболее распространенных объектов и процессов торговых коммерческих предприятий; изучение основ рыночной системы хозяйствования, с использованием принципов и приемов коммерции и раскрытием потенциальных возможностей коммерческого дела в условиях рыночной конкуренции; подготовить студентов к управленческой, организационной деятельности, способных использовать экономические, организационные и правовые знания, способствующие повышению эффективности коммерческих процессов; использование основных методов анализа в будущей профессиональной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуру в структуре основной образовательной программы

Данная дисциплина входит в раздел «Б.3.В». Профессиональный цикл. Вариативная составляющая по направлению 080200.62 – Менеджмент.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе, а также при освоении ранее изученной дисциплины Б.1.В.01 «Экономическая теория»

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- историческое развитие коммерции;
- содержание основных технологий, применяемых в коммерческой сфере;
- типологию основных задач, встречающихся в коммерческой деятельности, основные подходы к их решению и соответствующие формальные методы.
- содержание основных понятий и принципов в коммерции;
- сущность коммерческой деятельности как рыночной категории и ее роль в эффективном хозяйствовании предприятия;
- организацию коммерческой деятельности при прямых связях между производителями и потребителями товаров и услуг;
- основы коммерческой деятельности на рынке, осуществляемой через торговло-посреднические звенья;
- основные принципы и способы организации управления коммерческим предприятием;
- методы оценки эффективности функционирования коммерческих предприятий малого бизнеса.

Уметь:

- с позиций системного подхода анализировать и оценивать состояние и эффективность деятельности основных типов коммерческих предприятий малого бизнеса;

- формулировать проблемы и задачи, связанные с совершенствованием коммерческой деятельности, находить возможные пути и методы их решения.
- осуществлять методологически четкое экономическое обоснование принимаемых решений с учетом социальных, экологических и др. существенных факторов.
- анализировать экономическое и хозяйственное состояние отдельного малого предприятия с позиций эффективности коммерции;
- решать частные задачи совершенствования работы коммерческих предприятия малого бизнеса;
- оценивать коммерческие затраты и эффект от внедрения современных коммерческих подходов в систему управления на предприятии;
- конструктивно взаимодействовать со специалистами технического, экономического и других профилей в вопросах анализа коммерческих предприятий;
- анализировать конъюнктуру потребительского рынка, с применением методов изучения рынка товаров;
- определять требования потребителей к товару, соотношение его цены и качества;
- обладать знаниями, необходимыми для планирования и осуществления закупок и сбыта (продажи) товаров;
- формировать ассортимент товаров в соответствии с покупательским спросом;
- представлять место и роль России в решении международных коммерческих проблем.

Владеть навыками:

- использования методов коммерческой деятельности для постановки общих и конкретных целей (задач) обеспечения эффективной деятельности малого предприятия;
- сравнительной оценки эффективности ряда альтернативных средств и методов решения конкретных задач малых предприятий;
- профессиональной аргументации при постановке целей и формулировке задач, связанных с реализацией профессиональных функций;
- методической и психологической готовности к изменению сферы и объектов своей профессиональной деятельности как коммерсанта малого предприятия, взаимодействию со специалистами;
- навыками по реализации системно-комплексного подхода к управлению коммерческими предприятиями.
- навыками применения персональных компьютеров для автоматизированной обработки данных при анализе и оптимизации параметров коммерческих процессов;
- организации доставки товаров, их приемки и хранения;
- транспортно - экспедиционного обслуживания покупателей;
- контроля и оценки показателей коммерческой деятельности предприятия;
- навыками профессиональной аргументации при обосновании предлагаемых вариантов решения конкретных коммерческих задач.

Данная дисциплина способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС-3 по направлению ВПО 080200.62 – Менеджмент:

А) общекультурные (ОК):

- способность занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность (ОК-8);

- умение использовать нормативные правовые документы в профессиональной деятельности (ОК-9);
- стремление к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);
- способность учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);

Б) профессиональные (ПК):

1. Организационно-управленческая деятельность:

- способность планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);

2. Информационно-аналитическая деятельность:

- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знание экономических основ поведения организаций, представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- умение применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);
- умение моделировать бизнес-процессы и знакомством с методами реорганизации бизнес-процессов (ПК-35);
- способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

3. Предпринимательская деятельность:

- умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

4. Общая трудоемкость дисциплины 7 зачетных единиц и виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
	Всего: 252	4 семестр	№ семестра	№ семестра
Аудиторные занятия	84	84		
Лекции	42	42		
Практические занятия (ПЗ)	42	42		
Семинары (С)				
Лабораторные работы (ЛР)				
Другие виды аудиторных занятий				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	168(141)	168(141)		
Курсовой проект (работа)				

Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля		тесты		
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом		Экзамен (27)		

5. Содержание программы учебной дисциплины

5.1. Содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **7** зачетных единицы (**252** часа).

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (час)
		ВСЕГО	Лекции	Практические (семинары)	Лабораторные	В т.ч. активные формы обучения (не менее 30%)	
1.	Сущность и задачи коммерческой работы	8	4	4		2	14
2.	Деловой этикет в коммерческой деятельности	4	2	2		2	8
3.	Коммерческая информация и ее защита	4	2	2		2	8
4.	Организация хозяйственных связей в торговле	10	4	6		2	16
5.	Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах	10	6	4		4	19
6.	Организация расчетов в коммерческой деятельности	10	4	6		2	16
7.	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	8	4	4		2	14
8.	Организация биржевой торговли	8	4	4		2	10
9.	Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)	8	4	4		2	10
10.	Особенности коммерческой работы в сфере услуг	4	2	2		2	8
11.	Планирование хозяйственной деятельности фирмы (стратегия и тактика)	10	6	4		4	18
	Итого:	84/2,3	42	42		26/31%	141

5.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность и задачи коммерческой работы.

Понятие и сущность коммерческой работы. Развитие коммерческой деятельности в России. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле. Предмет, содержание и задачи курса «Коммерция». Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе.

Тема 2. Деловой этикет в коммерческой деятельности.

Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта.

Тема 3. Коммерческая информация и ее защита.

Понятие коммерческой информации и источники ее получения. Коммерческая тайна и ее содержание. Обеспечение защиты коммерческой тайны

Тема 4. Организация хозяйственных связей в торговле.

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле. Общие положения договора купли-продажи. Договор розничной купли-продажи. Договор поставки товаров. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров.

Тема 5. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах.

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Коммерческие требования к организации торговли ими. Порядок формирования и регулирования ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях. Управление товарными запасами на торговых складах. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине

Тема 6. Организация расчетов в коммерческой деятельности.

Сущность расчетов в коммерческой деятельности. Наличная форма расчетов. Безналичная форма расчетов. Порядок открытия счетов в банке. Расчеты в иностранной валюте. Факторинговые операции.

Тема 7. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров.

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. Методы розничной продажи товаров.

Тема 8. Организация биржевой торговли.

Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Порядок создания товарной биржи и ее структура. Виды биржевых сделок. Организация торговых операций на бирже.

Тема 9. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах).

Сущность и виды торгов. Сущность и организационные формы аукционов. Порядок и организация проведения аукциона.

Тема 10. Особенности коммерческой работы в сфере услуг.

Понятие услуг и их отличие от товаров. Классификация услуг. Особенности коммерции услуг.

Тема 11. Планирование хозяйственной деятельности фирмы (стратегия и тактика).

Функции и задачи планирования. Технология планирования. Планово-экономические методы реализации стратегии предпринимателя. Долгосрочное и текущее планирование. Планирование производства и сбыта продукции. Формирование портфеля заказов.

5.3. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен

5.4. Образовательные технологии

В данном курсе используются отработка практических навыков по применению механизмов управления малым предприятием в сфере коммерции, проектная технология, метод разработки групповых решений и проведение семинаров по темам учебных блоков дисциплины, а также организация самостоятельной работы студентов (СРС).

В процессе образовательной деятельности по данному курсу успеваемость студентов оценивается в балльно-рейтинговой системе.

На первом занятии по дисциплине у студентов проводится входное тестирование, направленное на выявление знаний каждого студента в области малого бизнеса и коммерции продукции и услуг.

Обучение в рамках курса предусматривает работу студентов в одиннадцати блоках (разделах) дисциплины «Коммерция».

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература по дисциплине:

1. Половцева Ф.П., Коммерческая деятельность, издательство: Инфра-М, 2008. – 248с.

6.2. Дополнительная литература

1. Организация коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие для начального профессионального образования/[Л. А. Брагин, И. Б. Стукалова, С. С. Шипилова и др.] ; под ред. Л. А. Брагина.-3-е изд., стереотип.-М.:Академия,2006.-171 с.

2. Сухов, Владимир Дмитриевич. Коммерсант в промышленности: учебное пособие для начального профессионального образования/В. Д. Сухов, С. В. Сухов.-М.:Академия,2004.-223 с.

3. Половцева, Фаина Петровна. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов.-М.:ИНФРА-М,2003.-247 с.

4. Осипова, Людмила Васильевна, Синяева, Инга Михайловна. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов/Л. В. Осипова, И. М. Синяева.-2-е изд., перераб. и доп.-М.:ЮНИТИ-ДАНА,2004.-622 с.

5. Закупень, Татьяна Васильевна. Коммерческое право: Краткий учебный курс/Т. В. Закупень.-М.:НОРМА,2005.-247 с.

6. Андреева, Л.В. Коммерческое (торговое) право: учебник/Л. В. Андреева.-3-е изд., перераб. и доп.-Москва:КНОРУС,2012.-XII, 311, [5] с.

7. Годин, Александр Михайлович. Брендинг [Текст]: учебное пособие/А. М. Годин.-Изд. 2-е, перераб. и доп.-М.:Дашков и К',2006.-421 с.

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

<http://www.staratel.com/iso/Links/WorldLink.htm>

<http://www.quality-journal.ru>

http://quality.eup.ru/book_main.html

<http://www.cfin.ru/management/iso9000/>

<http://standard.ru/about/aboutstandart.phtml>

http://www.e-college.ru/xbooks/xbook066/book/index/index.html?index*illustracyi.htm

<http://www.dist-cons.ru/modules/qualmanage/section4.html>

http://window.edu.ru/window/library?p_rid=58848&p_rubr=2.2.75.13.7

6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1.	Сущность и задачи коммерческой работы	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
2.	Деловой этикет в коммерческой деятельности	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
3.	Коммерческая информация и ее защита	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
4.	Организация хозяйственных связей в торговле	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
5.	Формирование ассортимента и управление товарными	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.

	запасами на складах и в магазинах	практических и тестовых заданий	
6.	Организация расчетов в коммерческой деятельности	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
7.	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
8.	Организация биржевой торговли	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
9.	Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
10.	Особенности коммерческой работы в сфере услуг	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.
11.	Планирование хозяйственной деятельности фирмы (стратегия и тактика)	Авторский комплект презентаций в формате PowerPoint. Материалы практических и тестовых заданий	Оргтехника: компьютер, проектор, экран.

6.5. Периодическая литература (журналы):

1. Журнал «Коммерция»
2. Журнал «Менеджмент малых предприятий»
3. Журнал «Основы коммерции»
4. Журнал «Секрет фирмы»
5. Научно-практический журнал «Сфера услуг: инновации и качество»
6. Научно-теоретический журнал «Ученые записки»

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Данная учебная программа освещает теоретические основы коммерческой деятельности, базирующихся на законах и категориях рыночной экономики и практики, с умением регулировать хозяйственные взаимоотношения между поставщиками и покупателями товаров и услуг, ориентируясь на основные принципы и методы коммерческой деятельности. Дисциплина «Коммерция» вбирает в себя знания по маркетингу, экономике предприятия, менеджменту, логистике. Учебный курс раскрывает механизм действия и использования законов рынка применительно к торговле, ставит проблемы, связанные с участием торговли в процессе удовлетворения потребностей людей на товары и услуги, изучает возможности баланса спроса и предложения на внутреннем рынке. Особое внимание уделено вопросам организации хозяйственных связей, управление товарными запасами, коммуникационной политике предприятия. По каждой теме предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельной работы, т. е. чтение лекций, разработка реферативного сообщения, вопросы для контроля знаний. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, решение задач с анализом конкретных хозяйственных ситуаций, деловые игры.

Руководитель лекционного потока осуществляет общее методическое руководство в ходе проведения курса и оказывает необходимую учебно-методическую текущую помощь преподавателям семинарских занятий.

Подготовка и проведение лекций, семинарских и практических занятий должны предусматривать определенный порядок.

Для подготовки студентов к семинарскому занятию на предыдущей лекции преподаватель должен определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную и периодическую литературу, рассказать о порядке и методике его проведения.

Литература, указанная в конце каждой темы, может быть дополнена преподавателем на основе Интернет - ресурсов. В зависимости от подготовленности конкретной группы список можно корректировать.

Методы проведения семинаров весьма разнообразны и могут применяться в различных сочетаниях. Наиболее распространенными являются: вопросно-ответные, дискуссионные, научных сообщений по отдельным вопросам темы, реферирование, решение практических задач и упражнений, решение тестов, выполнение контрольных работ и другие.

Весьма важным для преподавателя является подготовка к проведению семинарского занятия.

Любое семинарское занятие следует начинать с организационного момента: установить отсутствующих и причину неявки их на занятие. Затем в вступительном слове преподавателя (3-4 минуты) определяется тема занятия, его цели, задачи и порядок работы. При обсуждении проблем, вынесенных на семинар, преподаватель следит за тем, чтобы каждый из его участников извлек пользу, приобретая новые знания, или уточняя их.

Важное место занимает подведение итогов семинарского занятия: преподаватель должен не только раскрыть теоретическое значение обсуждаемых проблем, но и оценить слабые и сильные стороны выступлений. В зависимости от конкретных условий заключительное слово может быть либо по каждому из узловых вопросов, либо по занятию в целом (до 10 минут).

7.2. Методические указания для студентов

В соответствии с учебным планом соответствующей специальности дисциплина «Коммерция» изучается студентами очниками в 4 семестре на 2 курсе обучения.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на семинарах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу.

Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Семинарское занятие – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов коммерческой деятельности, и уметь их применить для аргументированной и доказательной оценки коммерческих процессов, происходящих на предприятиях. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач и моделей в области коммерции.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной ра-

боты, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными, информацией об экономических событиях в России.

Основными формами итогового контроля и оценки знаний студентов по **экономической теории** является **зачет**. На **зачете** студенты должны продемонстрировать не только теоретические знания, но и практические навыки пользования инструментарием коммерции, поэтому на итоговом контроле помимо теоретических вопросов студенту предлагается выполнить практическое задание.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы курса - залог успешной работы и положительной оценки.

8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

8.1. Тематика рефератов (докладов, эссе)

1. Содержание и принципы реализации коммерческих интересов на рынке товаров и услуг;
2. Рынок и рыночная среда в системе коммерческих отношений;
3. Механизм регулирования и особенности проявления коммерческих интересов на товарном рынке;
4. Содержание и задачи сбыта готовой продукции;
5. Сущность управления материальными ресурсами;
6. Организационные основы коммерческой деятельности;
7. Система и принципы организации хозяйственных взаимоотношений в процессе коммерческой деятельности;
8. Основные субъекты коммерческой деятельности на товарном рынке;
9. Принципы организации и управления в системе “Покупатель-Продавец”
10. Коммерческие посредники на товарном рынке;
11. Роль банков в коммерческой деятельности;
12. Организация и техника операций на биржах, аукционах, торгах, ярмарках;
13. Коммерческие операции по торговле лицензиями;
14. Основные и оборотные средства в коммерческой деятельности;
15. Трудовые ресурсы в коммерческой деятельности;
16. Коммерция — особая форма трудовой деятельности;
17. Формы и системы оплаты труда коммерческого работника;
18. Издержки коммерческого предприятия;
19. Сущность и классификация затрат по коммерческой деятельности;
20. Показатели текущих затрат коммерческого предприятия;
21. Экономическая эффективность текущих затрат коммерческого предприятия;
22. Ценообразование в коммерческой деятельности

8.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы, в том числе групповой самостоятельной работы обучающихся.

I. Вопросы для самостоятельной работы студентов

1. Структура коммерческой деятельности.
2. Сфера услуг в коммерческой деятельности и особенности ее функционирования.

3. Основные виды коммерции.
4. Социальная роль коммерции.
5. Роль средств массовой информации в формировании имиджа коммерческого предприятия.
6. Методы изучения поведения потребителя товаров и услуг.
7. Платежеспособная потребность как социальная форма человеческих потребностей.
8. Основные теории потребительских качеств.
9. Индивидуализация потребностей как форма самовыражения человека.
10. Основные теории мотивации.
11. Коммерция как основа рыночной экономики.
12. Факторы, влияющие
13. Какие основные формы и виды торговых предприятий распространены в сфере торговли за рубежом?
14. Раскройте содержание коммерческой деятельности торгового предприятия в зависимости от характера выполняемых функций.
15. Укажите факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия.
16. Каковы задачи анализа информации о внешней и внутренней среде торгового предприятия для принятия коммерческих решений?
17. Рассмотрите структуру коммерческой деятельности: объекты, субъекты и инфраструктура рынка, базис и функции.
18. Какой риск убытков, связанный с коммерческой деятельностью, несут участники общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью?
19. Как осуществляется оценка деятельности работников управления торгового предприятия?
20. В чем выражается профессионализм, компетенция и адаптация специалиста по коммерческой деятельности в современных условиях?
21. Какие организационные структуры и совместные функции торговых предприятий имеют место в рамках добровольных торговых цепочек?
22. Каково значение товарного ассортимента для обеспечения стабильности розничной торговли и конкурентоспособности торгового предприятия?
23. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, вы знаете?
24. Из каких элементов складывается технология определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности торгового предприятия?
25. Какие расходы по осуществлению коммерческих процессов и операций занимают наибольшую долю в структуре издержек обращения?
26. С какой целью в торговом предприятии устанавливают товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход и издержки обращения из расчета на одного работающего?

II. Ситуационные задания

1. Покупательница Полянская В. П., проживающая в г. Зарайске Московской области, купила в магазине № 23 фирмы «Фея» стенку «Авангард» за 570 у.е. Привезенная на дом стенка оказалась бракованной. Заменить стенку магазин отказался. Как покупатель должен защитить свои интересы Заполните исковое заявление о замене вещи с недостатка взыскании неустойки, о возмещении морального вреда и взыскании штрафа в доход государства.
2. 20 октября покупательница Суровцева С. П. купила в магазине «Галантерея» сумку стоимостью 25 у.е. Сумка не подошла дочери по цвету, а поэтому 23 октября Суровцева обратилась к директору магазина с требованием обменять сумку или вернуть деньги (товарный чек и ярлык сохранены). Какое решение должен принять директор магазина?
3. В декабре текущего года покупатель Смирнов В.П. купил в универмаге телевизор «Рекорд» стоимости 105 у.е. Через 10 месяцев кинескоп телевизора вышел из строя. Гарантия на

телевизор 1 год. С просьбой заменить кинескоп покупатель обратился на Александровский завод (изготовитель телевизора) и в универмаг г. Серпухова (продавец телевизора). Ни одна из сторон не изъявила желания заменить кинескоп. Покупатель обратился в суд. Оцените действие потребителя и продавца товара. Примите решение и обоснуйте его. Составьте исковое заявление.

4. К директору магазина «Хлеб» ТОО «Колос» обратилась возмущенная покупательница и положила на стол директора разрезанную булку хлеба столового, в которой на срезе видны нити от мешковины. Что должен предпринять директор магазина?

5. Покупательница предъявила продавцу отдела «Гастрономия» кассовый чек на 0,7 кг сыра. Получив чек, продавец отрезала кусок сыра весом 0,550 кг и добавила от лежащих на прилавке остатков сыра два куска. Покупательница возмутилась и потребовала от продавца отрезать кусок сыра весом ровно 0,7 кг. Продавец отказывается. Кто прав в этой конфликтной ситуации и как ее разрешить?

6. Покупатель Николаев С.Н. просит продавца взвесить 300 граммов колбасы полукопченой и обязательно нарезать. На просьбу покупателя продавец отвечает отказом, но покупатель настаивает на своей просьбе. Как разрешить эту ситуацию?

7. 25 июня покупательница Козырева купила в магазине 3 м ткани из ацетатного шелка. Рассматривая ткань дома, покупательница обнаружила на лицевой стороне конца отреза наличие фабричного ярлыка и фабричного клейма, В тот же день Козырева Н. К. явилась в магазин и потребовала обмена купленной ткани. Однако заведующая секцией «Ткани» отказывается удовлетворить требование покупателя, мотивируя тем, что данный вид ткани в продаже закончился. Как можно разрешить создавшуюся ситуацию?

8. 20 июня покупатель Зуев А. А. купил в универмаге без предварительной примерки туфли летние, размер 27,5, стоимостью 1,2 тыс. руб. 27 июня покупатель обратился к директору универмага с требованием обменять обувь, ссылаясь на то, что левая полупара несколько больше правой. Какое решение должен принять директор универмага?

9. Покупатель Никольский Б. С. купил в магазине «Обувь» туфли мужские, размер 26,5, стоимостью 500 руб. Продавец упаковывает туфли в полиэтиленовый пакет и требует от покупателя оплатить стоимость пакета. Покупатель отказывается. Продавец вынимает туфли из пакета и пытается вручить их покупателю. Однако покупатель требует упаковать туфли в Коробку или бумагу. Продавец отвечает отказом. Кто прав в этой ситуации и как ее разрешить?

10. 26 июня покупатель Попов С. Н. купил в магазине кофемолку стоимостью 400 руб., а на следующий день обнаружил, что в паспорте на кофемолку отсутствует штамп магазина и гарантийный талон. Как следует разрешить создавшуюся ситуацию?

11. 27 июня покупательница Козлова Н.С. приняла решение о покупке швейной машины. При этом покупательница изъявила желание предварительно проверить швейную машину в действии. Однако ей в этом было отказано, так как швейная машина находилась в фабричной упаковке. Взамен этого заведующая секцией предложила Козловой Н.С. испробовать в действии аналогичную швейную машину, выставленную в качестве образца в торговом зале. Покупательница отказалась от покупки швейной машины. Как можно оценить ситуацию?

12. К директору магазина «Промышленные товары» обратилась покупательница Никифорова Н. С. с просьбой обменять или вернуть деньги за 2,3 м ткани полушерстяной, купленной в данном магазине 3 дня назад. Просьба покупательницы мотивирована тем, что после покупки ткань перестала ей нравиться. Как должен поступить директор магазина?

13. 1 июля к директору коммерческого магазина обратился покупатель Яковлев С. Н. с просьбой обменять туфли мужские, размер 27,5, стоимостью 300 руб. по той причине, что обнаружилась трещина верхнего лицевого слоя на правой полупаре. Туфли куплены 25 июня, что подтверждается товарным чеком. Как должен поступить директор магазина?

14. 15 июня к директору универмага обратился покупатель Жуков С.П. с требованием немедленно и безвозмездно предоставить ему электробритву, так как купленная им 15 мая в дан-

ном универмаге электробритва не работает и сдана в мастерскую для гарантийного ремонта. Какое решение должен принять директор универмага?

15. К директору коммерческого магазина обратился покупатель Николаев С. К. с просьбой помочь ему с доставкой на дом холодильника стоимостью 4 тыс. рублей, который он собирается купить в этом магазине. Какое решение может принять директор магазина?

III. Практическое занятие по изучению и отработке приемов работы продавца по отдельным видам товаров

Задание: изучите и отработайте приемы работы продавца по подготовке, размещению, выкладке и продаже тканей, одежды, обуви, трикотажных изделий и головных уборов.

Цель задания. Сформировать умения и навыки работы продавца тканей, одежды, обуви, трикотажных изделий и головных уборов.

Порядок выполнения задания. Работа выполняется по этапам.

1. Усвоить приемы работы продавца по подготовке к продаже тканей, одежды, обуви, трикотажных изделий и головных уборов.
2. Изучить признаки группировки тканей, одежды и обуви при размещении их в торговом зале.
3. Выработать умения по выкладке тканей, одежды и обуви на рабочем месте продавца.
4. Изготовить образцы ценников на товары, размещенные в торговом зале.
6. Отработать приемы показа тканей, одежды, головных уборов и обуви при обслуживании покупателей.
6. Сформировать умения и навыки приемов работы продавца при отпуске покупателям тканей, одежды и обуви.
7. Оформить кассовый или товарный чек.
8. Составить перечень сопутствующих товаров для реализации в секциях «Ткани», «Одежда», «Трикотаж», «Обувь» и «Головные уборы».
9. Обосновать виды дополнительных услуг в магазинах по продаже тканей, одежды, обуви.
10. Изучить порядок денежных расчетов при осуществлении торговых операций и оказании услуг.

Материалы для работы. Для выполнения работы понадобятся:

- 1) натуральные образцы товаров (ткани из различных волокон, одежда, трикотаж, обувь);
- 2) метры, кольцеизмеритель, щетки, зеркало;
- 3) дощечки для накатки тканей, манекены;
- 4) ножницы, шпагат, упаковочные материалы;
- 5) иглы, нитки, шило, тушь, ручки, линейки, карандаши.

Методические указания по выполнению задания. Сначала необходимо изучить по указанным литературным источникам:

- а) операции по подготовке к продаже одежды, трикотажных изделий, головных уборов, тканей и обуви;
- б) организацию и порядок размещения тканей, одежды, трикотажных изделий, головных уборов и обуви в торговом зале магазина;
- в) операции, выполняемые продавцом при обслуживании покупателей (показ, отмеривание, складывание, упаковка).

Практическая работа 1. Швейные и меховые товары.

1. На оборудовании, используя плечики, необходимо разместить готовое платье по назначению, видам, размерам, ценам.
2. Правильно навесить на плечики пальто, костюм, платье, юбку.
3. Расположить образцы готового платья на манекенах, ставках.
4. Изготовить, оформить и прикрепить к изделиям ценники. Оказать помощь покупателям в ознакомлении с ассортиментом одежды и ее выборе с учетом индивидуальных ценностей поку-

пателя.

2. Определить размер и рост готового платья, необходимого покупателю.
3. Подобрать покупателю головной убор с учетом возраста, овала лица, цвета глаз, волос покупателя. Определить раз» головного убора, необходимого покупателю.
4. Провести расчет с покупателем за отобранный им товар.
5. Сложить, упаковать и обвязать шпагатом легкое женское платье, мужской и женский костюм, пальто демисезонное, белье нижнее мужское и женское, меховое пальто.
10. Упаковать головные уборы в бумагу, коробку, пакет, в случае необходимости обвязать шпагатом.

Практическая работа 2. Ткани.

1. Расположить стопками на прилавке различные по сырьевому составу ткани.
2. Уложить ткани стопками под углом на полках стеллаже.
3. Оформить показ тканей на стенде при продаже по образцам.
4. Изготовить ярлыки с указанием цен и прикрепить к кускам тканей.
5. Оказать помощь покупателям в ознакомлении с ассортиментом при выборе ткани с учетом их индивидуальных особенностей и назначения готового платья.
6. Определить нормы расхода ткани с учетом вида и фасона изделия, размера, роста покупателя и ширины ткани.
7. Отмерить ткань одним из следующих методов:
 - а) в накатку;
 - б) в откидку;
 - в) прикладыванием метра к ткани.
8. Сложить ткань и завернуть ее в бумагу с учетом метража и толщины на угол или в закат с обвязкой шпагатом.
9. Предложить покупателю ткани в остатках.
10. Сложить хлопчатобумажную ткань по штабам и определить метраж куска.

Практическая работа 3. Обувь.

1. Разместить на оборудовании широкий ассортимент обуви по назначению, материалу верха и другим признакам.
2. Оформить выставку обуви на оборудовании, используя подставку.
3. Оказать помощь покупателю в ознакомлении с ассортиментом обуви и ее выборе с учетом его пожеланий.
4. Определить размер обуви, необходимой покупателю.
5. Помочь покупателю в примерке обуви с учетом особенностей примерки женской (модельной) обуви.
6. Подобрать резиновую обувь в соответствии с размерами кожаной обуви.
7. Предложить сопутствующие товары, необходимые для ухода за обувью.
8. Провести расчет с покупателем за отобранные товары.
9. Упаковать обувь в коробку, бумагу, обвязать шпагатом.

Практическая работа 4. Трикотажные товары.

1. Выложить на полках оборудования трикотажные товары.
2. Выложить на полках оборудования белье.
3. Изготовить ярлыки с указанием цен и прикрепить их к абразцам товаров.
4. Оказать помощь покупателям в ознакомлении с ассортиментом изделий верхнего трикотажа и их выборе с учетом цвета, фасона и рисунка вязки изделия.
5. Определить размер верхнего трикотажа, необходимый покупателю.
6. С учетом цвета пальто и головного убора подобрать покупателю шарф, варежки, перчатки, кожаную сумку.
7. Провести расчет с покупателем за отобранные товары.
8. Правильно сложить трикотажные изделия, упаковать в бумагу. При необходимости обвя-

зять шпагатом.

8.3. Вопросы для самопроверки, диалогов, обсуждений, дискуссий, экспертиз.

1. Дайте характеристику товара как объекта коммерческой деятельности: по свойствам, классификации, признакам спроса и предложения, требованиям потребителей.
2. Изложите меры государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства в торговле экономически развитых зарубежных стран.
3. Укажите факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия.
4. От каких факторов внутренней среды торгового предприятия зависит уровень его коммерческой деятельности?
5. Перечислите условия, способствующие формированию коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке потребительских товаров и услуг.
6. Назовите принципы построения коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях рынка.
7. Объясните, какова миссия коммерческой деятельности в функционировании торгового предприятия при рыночных отношениях.
8. В чем заключается взаимодействие коммерции с экономикой, коммерческим правом, маркетингом, менеджментом и товароведением в деятельности торгового предприятия?
9. Почему неизбежны конкурентные формы собственности в сфере обращения товаров?
10. Кто в товариществе может выступать от его имени и заключать сделки?
11. Какую ответственность по обязательствам акционерного общества несут его учредители - акционеры?
12. Какова роль розничной и оптовой торговли в сфере обращения товаров?
13. Раскройте сущность информационного обеспечения коммерческой деятельности.
14. Какие группы торгового персонала выделяются в процессе управления предприятием?
15. Какова структура кадровой политики торгового предприятия в новых условиях?
16. Какими деловыми качествами должен обладать коммерсант-предприниматель при решении коммерческих задач?
17. В чем заключается сущность товарообеспечения (товароснабжения) предприятий розничной торговли?
18. Какова организация централизованной и децентрализованной доставок потребительских товаров автомобильным транспортом в торговое предприятие?
19. Какие основные критерии оценки поставщиков применяют в процессе закупочной деятельности?
20. Какие системы оптовых закупок применяются в объединениях горизонтальной и вертикальной кооперации в торговле?
21. Какие существуют разновидности реализации продукции в зависимости от ее назначения?
22. Как осуществляется моделирование управления развитием целевых рынков в сфере деятельности розничного торгового предприятия?
23. Из каких элементов складывается механизм коммерческой деятельности торгового предприятия?
24. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?
25. Динамика каких показателей влияет на формирование объема валового дохода торгового предприятия?

8.4. Примеры тестов.

1. Время кругооборота производственного капитала складывается из:
 - а) времени производства и времени обращения;
 - б) времени транспортировки и времени производства;
 - в) оба ответа верны.
2. Цена на товар должна отражать:
 - а) срок поставки данного товара;
 - б) затраты на производство;
 - в) качество данного товара.
3. Основная цель ярмарочных торгов:
 - а) демонстрация, показ и предоставление с последующей реализацией новых видов продукции, товаров;
 - б) оптовая продажа товаров, заключение торговых договоров или контрактов между продавцами и покупателями;
 - в) оказание комплекса услуг участникам по заключению торговых сделок.
4. Один из показателей образующих основу экономических взаимосвязей между лизингодателем и лизингополучателем:
 - а) договор;
 - б) устное соглашение;
 - в) ссудный процент.
5. При проведении лизинговой операции лизингодатель в качестве основного источника своей прибыли рассматривает:
 - а) амортизационные отчисления;
 - б) НДС;
 - в) остаточную стоимость имущества, которая подлежит возвращению по истечению срока действия.
6. Существенное влияние на процесс товародвижения оказывает:
 - а) качество оказываемых услуг;
 - б) размещение производства товаров;
 - в) уровень подготовленности персонала.
7. Объект лизинга используется исключительно для:
 - а) собственных целей;
 - б) благотворительных целей;
 - в) предпринимательских целей.
8. Ставка финансирования – это:
 - а) сумма выплачиваемая лизингополучателем собственнику имущества;
 - б) %, который товаропроизводитель выплачивает лизингодателю за финансирование лизинговой операции;
 - в) сумма, которую выплачивает собственник имущества лизингополучателю.
9. Закупка материальных ресурсов, ориентированных на создание запасов характерна для:
 - а) Японских фирм;
 - б) Американских фирм;
 - в) Российских фирм.
10. Основным показателем результативной сбытовой деятельности:
 - а) размер прибыли;
 - б) объем реализации;
 - в) рентабельность предприятия.
11. К товарам редкого спроса относят:
 - а) товары по покупке, которых осуществляется периодически;
 - б) товары определенного спроса не допускающие замены;

- в) товары длительного пользования, срок службы, которых превышает 5 лет.
12. Объектом коммерции является:
- а) спрос;
 - б) предложение;
 - в) услуга.
13. Под видом товара понимается:
- а) товары, состоящие из небольшого количества сортов;
 - б) одинаковые товары разнообразного качества;
 - в) товары, имеющие классификацию по различным признакам.
14. Широта ассортимента товара определяется:
- а) количеством разновидностей товара в рамках одной группы;
 - б) количеством товара разнообразного качества;
 - в) количеством товарных групп.
15. Товаропроизводители и торговые предприятия должны быть заинтересованы быть в том, чтобы:
- а) производственные предприятия были приближены к сырьевым предприятиям;
 - б) доставка из района производства до района потребления осуществлялась по кратчайшему пути.
 - в) оба ответа верны.
16. Степень удовлетворения спроса зависит от:
- а) состава и своевременного обновления ассортимента;
 - б) количества товара, который имеется на складе;
 - в) количества товаров, которые подвергаются подсортировке непосредственно в магазинах.
17. Источником восстановления запасов является:
- а) основной капитал;
 - б) дополнительный капитал;
 - в) оборотный капитал.
18. Основная цель сбытовой коммерции – это:
- а) уменьшение объемов сбыта при снижении издержек обращения на единицу продукции;
 - б) расширение объемов сбыта при снижении издержек обращения на единицу продукции;
 - в) расширение объемов сбыта при увеличении издержек обращения на единицу продукции.
19. Основанием для разработки плана производства является:
- а) объем выручки;
 - б) объем поставок;
 - в) объем реализации.
20. Долгосрочный план разрабатывается:
- а) отделом планирования;
 - б) руководством;
 - в) отделом маркетинга.
21. Сбыт продукции это:
- а) оптимизация потребности предприятия в материально технических ресурсах;
 - б) один из аспектов коммерческой деятельности промышленного предприятия;
 - в) мобилизация внутренних ресурсов.
22. Основная система выдачи патентов, которая действует на территории России:
- а) явочная;
 - б) проверочная;
 - в) оба ответа верны.

23. От тщательности обоснования плана материально-технического обеспечения зависит:
- а) выполнение производственной программы;
 - б) определение стратегий фирмы;
 - в) положение предприятия на рынке.
24. Служба материально технического обеспечения изучает:
- а) рынок труда;
 - б) рынок поставщиков;
 - в) рынок сырья и материалов.
25. Перед выбором поставщика рекомендуется определиться с:
- а) методами закупок;
 - б) каналами реализации;
 - в) способом транспортировки.
26. Выбор метода закупок зависит от:
- а) сложности конечного продукта;
 - б) издержек на производство;
 - в) состава комплектующих изделий и материалов;
 - г) верны ответы а и с;
 - д) все выше перечисленное.
27. Выбор поставщика начинается с:
- а) составления списка возможных партнеров для каждого вида материальных ресурсов;
 - б) анализа конкурентов, господствующих на данном сегменте рынка;
 - в) анализа выполнения международных факторов.
28. Окончательное решение о закупке принимается:
- а) руководителями предприятия;
 - б) специалистами отдела снабжения;
 - в) анализа выполнения международных факторов.
29. Цена материальных ресурсов определяется:
- а) соглашением партнеров и фиксируется в договоре;
 - б) только производителями;
 - в) только поставщиками.
30. Лимитные ведомости применяются в:
- а) производствах, где имеет место большая номенклатура потребляемых материальных ресурсов;
 - б) производствах, где имеет место небольшая номенклатура потребляемых материальных ресурсов;
 - в) оба ответа верны.
31. Один из способов доставки материальных ресурсов в цеха при, котором склады по установленному графику подают требующиеся в определенном количестве материалы:
- а) децентрализованный;
 - б) централизованный.
32. Лизинговые платежи это:
- а) одна из экономических форм реализации права собственности на имущество;
 - б) одна из форм купли продажи товаров;
 - в) состав платежей по экономическим элементам.
33. Один из главных принципов определения лизинговых платежей:
- а) возвратность арендованных средств без прироста;
 - б) возвратность арендованных средств с соответствующим приростом;
 - в) экономичное использование арендованных средств.
34. Основные показатели дающие оценку международным лизинговым операциям:
- а) общая лизинговая операция;

- б) ставка финансирования;
 - в) средняя норма прибыли;
 - г) все выше перечисленное.
35. Состав и перечень проводимых участниками лизинговых операций определяется:
- а) местом субъекта;
 - б) финансовыми возможностями субъекта;
 - в) временем действий субъекта.
36. Технический ремонт объекта приобретенного по лизингу осуществляется:
- а) лизингодателем;
 - б) лизингополучателем;
 - в) оба ответа верны.
37. Предварительная экспертиза проводится по материалам представленным:
- а) местными органами власти;
 - б) лизингодателем;
 - в) лизингополучателем.
38. Отчет о прибылях и убытках отражает:
- а) закупочную деятельность;
 - б) операционную деятельность;
 - в) внеоперационную деятельность.
39. План сбыта должны отражать предприятия, выпускающие свою продукцию на:
- а) «свободный рынок»;
 - б) «известный рынок»;
 - в) «доступный рынок».
40. Спрос потребителей на товар предприятия зависит от:
- а) качества данного товара;
 - б) уровня обслуживания;
 - в) цены данного товара.
41. Потенциал рынка определяется:
- а) емкостью и перспективами развития;
 - б) объемом государственного потребления;
 - в) местом, занимаемым предприятием на рынке.
42. Портфель заказов предприятия это:
- а) количество продукции, которое должно быть произведено за определенный период времени и поставлено покупателем в соответствии с заказом;
 - б) возможный объем сбыта товаров в течении определенного времени;
 - в) количество продукции, которое должно быть реализовано за определенный период времени.
43. При отгрузке продукции покупателям особенно важен правильный выбор:
- а) маркировки;
 - б) упаковки;
 - в) способ отгрузки.
44. Документ являющийся главным при доставке товара автомобильным транспортом:
- а) грузовая квитанция;
 - б) сводная ведомость;
 - в) товарно-транспортная накладная.
45. Особое внимание к системе товародвижения требуется от:
- а) розничных посредников;
 - б) оптовых посредников;
 - в) поставщиков.

46. Склады общего пользования выгодно использовать компаниям, производящим:
- а) сезонную продукцию;
 - б) постоянную продукцию;
 - в) особенную продукцию.
47. Издержки истощения запаса это:
- а) сумма потерь от снижения продаж в связи с отсутствием товара;
 - б) издержки дополнительных затрат (на налоги, страхование запасов);
 - в) издержки товародвижения в % к продажам.
48. Главное отличие рынка услуг от производства товаров:
- а) услуги производятся и потребляются одновременно и подлежат хранению;
 - б) услуги производятся и не подлежат хранению;
 - в) услуги производятся и не потребляются.
49. Анализ закупочной деятельности должен быть направлен на:
- а) выявление излишних затрат;
 - б) изучение издержек производства;
 - в) повышение уровня доходности;
 - г) верны ответы а) и б).
50. Вид закупки распространенный на Российских предприятиях:
- а) разовые закупки при возникновении потребностей;
 - б) закупки, ориентированные на создание запасов;
 - в) закупки, синхронизированные с расходом материальных ресурсов и производством продукции.
51. Одним из показателей конкурентоспособности продукции является:
- а) качество;
 - б) цена;
 - в) транспортные услуги.
52. Качество продукции подтверждается:
- а) договором;
 - б) устным соглашением;
 - в) сертификатом.
53. Активность сбытовой деятельности оценивается:
- а) количеством заключенных контрактов;
 - б) количеством выполняемых контрактов;
 - в) оба ответа верны.
54. Себестоимость продукции определяется только по:
- а) переменным расходам;
 - б) постоянным расходам;
 - в) косвенным расходам.
55. Главный критерий коммерческой деятельности:
- а) цена безубыточной реализации;
 - б) цена закупаемых ресурсов;
 - в) цена комплектующих материалов.
56. Предпринимательская деятельность в России осуществляется фирмами, предприятиями и организациями:
- а) самостоятельно, на свой риск и под свою ответственность;
 - б) государством;
 - в) местными органами власти.
57. Исключительное право – это:
- а) техническое решение, представленное в документальной форме;
 - б) право на нематериальный объект;

в) оригинальное приспособление (полезные модели), технологический процесс, не обладающий существенной новизной.

58. Право интеллектуальной собственности является:

- а) краткосрочным правом;
- б) срочным правом;
- в) долгосрочным правом.

59. Лицензия – это:

- а) официальный документ, удостоверяющий право на владение, использование и распоряжение;
- б) обозначения, отличающие товары различных производителей или продавцов;
- в) оформленное письменное разрешение одного лица на передачу принадлежащих ему прав на объекты промышленной собственности другому лицу.

60. Форма сотрудничества, когда каждый из партнеров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного процесса:

- а) франчайзинг;
- б) производственная кооперация;
- в) совместное предпринимательство.

61. Древнейший вид национальной и международной торговли, которая процветала до появления денег:

- а) прямая торговля;
- б) встречная торговля;
- в) перекрестная торговля.

62. Производственно сбытовая кооперация получила наибольшее распространение в отраслях:

- а) машиностроении;
- б) промышленности;
- в) металлургии.

63. Консорциумы это:

- а) союзы юридических и хозяйственно обособленных компаний, создаваемых в целях кооперирования производства и сбыта товаров;
- б) различные формы сотрудничества независимых производственных или оптовых продавцов;
- в) форма сотрудничества, когда каждый из партнеров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного процесса.

64. Торговый комплекс это:

- а) добровольное объединение созданное торговыми предприятиями, сохраняющими свою самостоятельность и права юридического лица;
- б) совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг.

65. Одна из перспективных форм ведения бизнеса:

- а) горизонтальная интеграция;
- б) вертикальная;
- в) смешанная.

66. Получить достоверную коммерческую информацию можно из:

- а) внутренних источников;
- б) внешних источников;
- в) оба ответа верны.

67. Информация являющаяся основной для принятия коммерческих решений:

- а) о конкурентах;
- б) о покупателях и мотивах покупок;
- в) о посредниках.

68. Информация, которая позволяет коммерческим структурам объективно оценить их реальное положение на рынке:

- а) информация о требованиях к товару;
- б) информация о конкурентной среде;
- в) информация о спросе населения.

69. Коммерческая роль заключается:

- а) продавать и покупать;
- б) производить и реализовать;
- в) закупить и производить.

70. Важнейшей стадией аукциона является:

- а) подписание договора;
- б) торг;
- в) покупка товара.

8.5. Перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

1. История развития коммерческого предпринимательства в России.
2. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран.
3. Модель товарного рынка. Рынок товаров и потребитель.
4. Понятие и сущность коммерческой деятельности.
5. Содержание коммерческой деятельности. Этапы коммерческой деятельности.
6. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности.
7. Концепция коммерческой деятельности.
8. Системный подход к коммерческой деятельности.
9. Торговые предприятия в новых условиях хозяйствования .
10. Формы и отношения собственности в условиях рынка.
11. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий.
12. Розничная и оптовая торговая сеть, ее структура и функции.
13. Коммерческие службы предприятий.
14. Коммерческие работники и требования к ним. Коммерческий риск и способы его уменьшения.
15. Информация в управлении коммерческой деятельностью.
16. Технические средства для сбора, обработки и выдачи информации.
17. Автоматизированная технология обработки информации.
18. Виды коммерческой информации.
19. Коммерческая тайна и ее охрана. Виды закрытых (секретных) документов и сведений.
20. Защита коммерческой тайны. Правила работы с секретными документами.
21. Товарная информация и товарные знаки. Виды товарных знаков.
22. Классификация товарных знаков.
23. Правовая охрана товарного знака.
24. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью.
25. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
26. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий.
27. Управление и мотивация труда персонала.
28. Хозяйственные связи и их регулирование в торговле.
29. Заявки и заказы на товар. Общие положения хозяйственных договоров.
30. Порядок заключения, исполнения, изменения и расторжения договоров.
31. Исполнение договоров.

32. Формы торгово-посреднических структур.
 33. Развитие коммерческо-посреднической деятельности.
 34. Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы Российской Федерации.
 35. Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов
 36. Содержание исследования рынка товаров.
 37. Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования.
 38. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары.
 39. Сущность, роль и значение закупочной работы. Этапы закупочной работы.
 40. Изучение и поиск коммерческих партнеров - поставщиков по закупке товаров. Классификация поставщиков.
 41. Организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров.
 42. Закупка товаров на оптовых ярмарках. Классификация оптовых ярмарок.
 43. Закупка товаров на оптовых рынках.
 44. Закупка товаров на мелкооптовых магазинах – складах.
 45. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков.
 46. Ассортимент товаров и товарная номенклатура: понятие, классификация.
 47. Формирование торгового ассортимента на предприятиях розничной торговли.
- Управление ассортиментом товаров в магазинах.
48. Оценка конкурентоспособности товара.
 49. Сущность коммерческой работы по продаже товаров. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.
 50. Кооперация в оптовой торговле.
 51. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие.
 52. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя.
 53. Организация оптовой продажи товаров.
 54. Оказание услуг оптовыми предприятиями. Виды услуг оптовых предприятий.
 55. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии.
 56. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента.
 57. Управление развитием целевых рынков товаров.
 58. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей.
 59. Направления государственного регулирования.
 60. Стимулирование производства и торговли.

8.6. Темы для написания курсовой работы (представляется на выбор обучающегося, если предусмотрено рабочим планом).

Не предусмотрено учебным планом

8.7. Формы контроля самостоятельной работы

Основными формами контроля самостоятельной работы обучающихся является: проверка контрольных работ, коллоквиумы, доклады. Вид самостоятельных работ определяются преподавателем

Рабочая программа учебной дисциплины **«Коммерция»** составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки **080200.62 – Менеджмент.**

Рабочую программу учебной дисциплины составила:
доцент кафедры менеджмента ФЭУ ТГПУ
Богак Татьяна Васильевна _____
(подпись)

Программа дисциплины утверждена на заседании кафедры менеджмента,
протокол № 1 от «29» 08 2012 г.

Зав. кафедрой
докт. физ. – мат. наук, профессор _____ Н.Г. Филонов
(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией ФЭУ ТГПУ
протокол № 1 от «31» 08 2012 г.

Председатель методической комиссии _____ В.Г. Аникина
(подпись)