МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОУ ВПО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

НОСИБИРСКИЙ ФИЛИАЛ

***Кафедра коммерции***

Одобрено УМС НФ ГОУ ВПО «РГТЭУ»

Протокол № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_г.

**Методические указания и тематика контрольных работ**

по дисциплине:

**«ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

для студентов заочной формы обучения

по специальности

080507 – Менеджмент организации

Новосибирск 2009

ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ

Студенты, обучающиеся по специальности 080507 Менеджмент органи­зации на заочном отделении, в качестве самостоятельного обучения содержа­ния дисциплины «Организация коммерческой деятельности» выполняют пись­менную контрольную работу. Эта форма обучения позволяет будущему специ­алисту по менеджменту изучить более подробно теоретические аспекты орга­низации и управления коммерческой деятельностью предприятия торговли в современных условиях, ознакомиться с практическим опытом ведения коммер­ческих операций и методами определения их результативности, приобрести навыки работы с учебной и научной литературой.

Вариант контрольной работы выбирается из приведенных ниже переч­ней. Объем контрольной работы устанавливается в количестве не менее 24 рукописных страниц ученической тетради. Содержание контрольной работы должно отражать темы варианта. При этом не допускается дословное списыва­ние материалов источников или использование набора опубликованных сай­тов в интернет без систематизации и авторской обработки, кроме цитат, таблиц и рисунков и других результатов исследований, на которые необходимо сде­лать ссылку. Лектор или преподаватели групп, ведущие семинарские занятия, консультируют студента по содержанию тем контрольной работы, подбору литературы, оформлению и объему работы, составлению списка использован­ных источников.

Реферат рекомендуется писать тем студентам, которые выбрали тему выпускной квалификационной работы по проблемам торговли и соприкасают­ся с коммерческими процессами и операциями, направленными на куплю-про­дажу товаров и их продвижение до потребителей. Лектор курса формулирует тему реферата в соответствии с дидактическими единицами дисциплины, ока­зывает помощь студенту в составлении оглавления реферата, в библиографи­ческом поиске литературы. Структура реферата состоит из титульного листа (см. приложение 1), содержания (оглавления) с указанием страницпараграфов, введения, 2 глав, выводов и предложений, списка использованных источников (приложение 2). Требования к оформлению библиографии указаны в приведен­ном списке использованных источников. Объем реферата должен быть не ме­нее 20 страниц текста, выполненных на листах формата А4 от руки или на компьютере.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ВЫБОР ВАРИАНТОВ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ  КОНТРОЛЬНЫХ РАВОТ | | | |
| Начальные буквы фамилии  студента | Номер варианта на 2009/10 учебный год | Номер варианта на 2010/11  учебный год | |
| А | 13 | 14 | |
| Б | 12 | 15 | |
| В | 11 | 16 | |
| Г | 10 | 17 | |
| Д | 9 | 18 | |
| Е | 8 | 19 | |
| Ж-З | 7 | 20 | |
| И | 6 | 21 | |
| К | 5 | 22 | |
| Л | 4 | 23 |  |
| М | 3 | 24 |  |
| Н | 2 | 25 | |
| О | 1 | 13 | |
| П | 25 | 12 | |
| Р | 24 | 11 | |
| С | 23 | 10 | |
| Т | 22 | 9 | |
| У | 20 | 8 . | |
| Ф | 19 | 7 | |
| X | 18 | 6 | |
| Ц | 17 | 5 | |
| Ч | 16 | 4 | |
| Ш | 15 | 3 | |
| Щ-Э | 14 | 2 | |
| Ю-Я | 21 | 1 | |

**2. Методические указания по изучению курса**

**Раздел 1. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий**

**Тема 1. Торговые организации (предприятия)**

Предприятия оптовой и розничной торговли классифицируют по орга­низационно-правовым формам **[1],** видам и типам [37]. Среди современных форматов магазинов иностранных и отечественных сетей получили развитие гипермаркеты, крупные супермаркегы, локальные супермаркеты, мини-маркеты, экспресс-магазины, магазины Online, дискаунты, оптовые магазины «Cash&CanT»- Основные групповые организационные формы компаний в сфере бизнеса: финансово-промышленные группы, холдинговые компании, концер­ны, ассоциации.

**Тема 2. Организация коммерческих служб, управление коммерческой деятельностью предприятий**

Вначале следует изучить цели, функции и задачи коммерческой службы торгового предприятия, затем управление коммерческой деятельностью пред­приятия как системой, которая включает: методологию, процесс, структуру, технику и технологию управления [4,31 ].

**Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности**

Информацию необходимо рассматривать как предмет коммерческого распространения. При этом необходимо ознакомиться с технологией и индуст­рией коммерческого распространения информации, информационным обеспе­чением управления коммерческой деятельностью современного торгового предприятия, автоматизацией торговли, использованием передовых технологий и электронной коммерции для развития бизнеса в России [ 20,28].

**Контрольные вопросы**

**по разделу 1. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий**

1. Какие виды и типы функционирования торговых организаций (предприятий) Вы знаете?

1. Назовите наиболее распространенные организационно-правовые формы тор­говых предприятий.
2. Назовите виды торговых объединений предприятий, различающихся по сво­ей организационной структуре.
3. Перечислите основные функции отделов, входящих в коммерческую службу торговой организации (предприятия).
4. В чем проявляются различия в коммерческой деятельности торговых пред­приятий с маркетинговой и сбытовой ориентацией?
5. Рассмотрите основные принципы построения организационной структуры коммерческой службы торгового предприятия.
6. В чем заключается сущность бюджетного метода управления торговым пред­приятием? Назовите его основные преимущества и недостатки.

8.Как Вы оцениваете систему управления коммерческой деятельностью торгового предприятия, на котором Вы работаете или хотите трудиться?

9. Существует ли единственно верный способ управления коммерческой деятельностью, одинаково приемлемый для всех организационных форм торго­вых организаций?

10. Каковы основные принципы формирования коммерческой деятельности торгового предприятия?

11. Что представляет собой современная информационная система обеспече­ния коммерческой деятельности современного торгового предприятия или объединения предприятии? Какова экономическая эффективность ее исполь­зования в торговом бизнесе?

12. Каковы основные стадии коммуникационного процесса как элемента сис­темы управления торговым предприятием?

13. Раскройте понятие системы коммерческой информации, назовите ее основ­ные подсистемы.

14. Каким образом система информационного обеспечения может принести большую пользу торговому предприятию?

1. Что необходимо учесть при выборе системы информационного обеспече­ния (аппаратное и программное обеспечение)?
2. Что Вы знаете об электронной коммерции и может ли она заменить традици­онную торговлю? Объясните.

**Раздел 2. Особенности организации и управлении коммерческой деятельности предприятий оптовой и розничной торговли, торгово-посреднеческих структур**

**2. 1 *Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в* *оптовой торговле***

**Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле**

Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле характе­ризуются политикой коммерческих действий па оптовом предприятии, задача­ми по осуществлению закупки и сбыта товаров покупателям, структурой и составными частями коммерческой деятельности на предприятии оптовой тор­говли [2-4,13].

**Тема 5. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле**

Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью, принципы и методы управления коммерческой деятельностью предприятия оптовой торговли, их функции и организационную структуру управления разных типов следует изучить по практическому курсу [13, С. 16-32].

Оптовая торговаясеть, ее структура и функции, перспективы развития необходимо рассматривать с использованием стандарта [35], статей журналов «Российская торговля», «Современная торговля», «Новости торговли: Торговое оборудование», «Торговое оборудование в России», «Технологии торгов­ли», «Эксперт; оборудование», материалов симпозиумов, конференций и се­минаров по проблемам развития торговли в современных условиях и др.

Организация складского хозяйства в оптовой торговле включает орга­низационную структуру склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем [2,13, 35].

**Тема 6. Исследование рынков закупок и сбыта товаров**

Рынки закупок и сбыта товаров необходимо изучать с позиций разработки стратегии коммерческой деятельности торговых организаций (предприятий). При этом наиболее часто используют методы исследования рынков закупок и сбыта: экстраполяции, экспертных оценок и математического моделирования, спрос и емкость рынков сбыта товаров рассматривают как предпосылки развития коммерческой деятельности в оптовой торговле. Исследование конъюнктуры в оптовой торговле товарами необходимо для определения состояния ^оптового рынка и принятия эффективных коммерческих решений,

**Тема 7. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и ее со­ставляющие**

Товарно-ассортиментную политику разрабатывают для целенаправлен­ного управления товарными ресурсами и номенклатурой товаров с ориентаци­ей на потребителя. Факторы и процедуру образования товарно-ассортимент­ной политики необходимо рассмотреть на примере конкретного предприятия оптовой торговли с использование материала учебника [2, С.173-175].

**Тема 8. Коммерческие связи в оптовой торговле**

Системный подход к формированию хозяйственных связей в оптовой торговле, виды договоров в оптовых торговых организациях по закупкам, хра­нению и сбыту товаров, их заключение, осуществление и контроль необходимо изучать на практическом материале с использованием соответствующих час­тей, разделов и глав Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ). Теоретический материал о кооперации в оптовой торговле[4, С. 169-173] дополните примерами из практики.

**Тема 9. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров**

Организация закупочной деятельности включает следующие основные элементы [2-4]: факторы формирования закупочной деятельности; особенности коммерческих действий при закупке товаров в оптовой торговле; планирование, формирование и осуществление закупок; источники закупок, их оценка и выбор поставщиков; стимулирование продвижения товаров из сферы произ­водства в сферу потребления.

Значение и роль товарных запасов в товарообеспечении предприятия. Управление товарными запасами необходимо рассматривать как комплекс мер, связанных с планированием и образованием товарных запасов, выявлением товарных излишков и дефицита, определением частоты и сроков оборачивае­мости товарных запасов, проведением инвентаризации наличных запасов[2-4].

Организацию и управление в сфере продаж товаров необходимо изучать по следующей схеме: отдел продажи, его организационная структура и функ­ции торгового персонала; формирование заказов потребителей; подготовка потребителями заказов на поставку товаров, способы их передачи и расчета за товары, определение стоимости заказываемых товаров; продажа товаров; ме­тоды, организация и эффективность[2-4,13].

**Тема 10. Формирование процессов товародвижения в оптовой торговле**

Формирование процессов товародвижения на предприятии оптовой тор­говли состоит из четырех этапов:

Первый этап: определение особенностей организации товародвижения, принципов, форм и каналов товародвижения; анализ и оценка затрат по кана­лам товародвижения [2-4].

Второй этап: доставка товаров от поставщиков на склад, этапы и ком­мерческие условия их выполнения; комплекс торговых операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров; операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе[2-4,13].

Третий этап: порядок оформления заказов, их продвижение и мероприятия по осуществлению; торговые операции по подготовке заказа к отгрузке; доставка грузов потребителю: способы, коммерческие условия и анализ затрат [2-4,13].

Четвертый этап: формы транспортного обслуживания потребителей и методы расчета транспортных расходов; пути оптимизации маршрутов дос­тавки грузов; контроль за их соблюдением; ведение документации по транс­портным перевозкам грузов[13].

**Тема 11. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности в оптовой торговле**

**Финансовое** обеспечение коммерческой деятельностипредприятия оптовой тор­говли нужно рассматривать в следующей последовательности: денежные ресурсы и их роль в организации оптовой торговли; источники капитала в оптовой торговле; формирование бюджета фирмы; экономия денежных средств при закупке и продаже товаров[12, 36].

**Темя 12. Ценообразование в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли**

При установлении **оптовых** цен на товары выявляют факторы, влияющие на цены при закупке и продаже товаров, определяют критическую точку цены в зависимости от объема продаж товаров и расчетной прибыли, схему калькуляционных расчетов цены на реализуемый товар, осуществляют контроль и регулирование цены на товары [ 13].

**Тема 13. Организация работ по обеспечению безопасности предприятия оптовой торговли**

Организация работ по обеспечению безопасности предприятия оптовой торговли включает организацию службы безопасности, разработку плана обес­печения безопасности, организацию системы контроля за доставкой и сохран­ностью товаров[ 6. 13,22].

**Тема 14. Оценка и результаты коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли**

Оценка коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли состоит в определении затрат, связанных с куплей и продажей товаров, критери­ев оценки затрат по осуществлению коммерческих и производственных про­цессов, анализе влияния затрат на прибыль пpeдпpиятия [2-4,13, 37. 38].

***2.2. Организация и управление коммерческой деятельностью в розничной торговле***

**Тема 15. Особенности коммерческой работы на предприятии розничной торговли**

Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной тор­говле следует изучить по учебникам [3-4], основные направления организации и развития коммерческой деятельности в современных условиях по публикаци­ям в периодической печати на примере малых и средних предприятий, группо­вых организационньтх форм розничной торговли.

**Тема 16. исследование потребительского рынка**

Анализ рынка товаров народного потребления является необходимым условием развития коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. Основные показатели исследования потребительского рынка: спрос и предложение, его емкость. Также необходимо изучение конъюнктуры потребительского рынка, ее влияния на коммерческую деятельность в торговле. Предпосылки и тенденции развития потребительского рынка следует рассмотреть по источникам государственной и ведомственной статистики.

**Тема 17. Организация розничной торговой сети**

Розничную торговую сеть необходимо рассматривать в следующей последовательности [37 ]: классификация, показатели структуризации, методы размещения; основные направления развития. Особое внимание следует обра­тить на определение местоположения магазина в торговой зоне [34], уяснить различие типов предприятий розничной торговли продовольственными и не­продовольственными товарами по следующим организационно-экономичес­ким характеристикам: задачи, местоположение, внешнее оформление магази­на, ассортимент, расположение товаров, цены, персонал, реклама, основные экономические показатели, возможности развития..

**Тема 18. Коммерческие связи предприятий розничной торговли при ры­ночных отношениях**

Коммерческие связи предприятий розничной торговли формируются на потребительском рынке. Различают вертикальные и горизонтальные связи тор­говых предприятий с субъектами рынка, прямые коммерческие связи с партне­рами и использование услуг торгово-посреднических фирм. Надежность хо­зяйственных связей предприятия розничной торговли с поставщиками опреде­ляют по условиям и результатам выполнения договорных обязательств.

**Тема 19. Организация и управление коммерческой деятельностью организации (пред­приятия)** **розничной торговли**

Система управления коммерческой деятельностью организации (пред­приятия) представляет собой: методологию, функциональную и организацион­ную структуры, технику и технологию управления. Все элементы системы управления коммерческой деятельностью организации (предприятия) розничной торговли необходимо рассматривать во взаимосвязи для достижения постав­ленных целей.

**Тема 20. Структура и функции коммерческой деятельности на предприя­тии розничной торговли**

Структура коммерческой деятельности на предприя­тии розничной торговли состоит из 6 взаимосвязанных между собой коммерческих процессов [3-4, 16, 19,25. 32, 33, 34, 37, ЗУ|:

1. Формирование ассортимента товаров и товарно-ассортиментной по­литики как основы выполнения плана оборота розничной торговли, при этом различают основной и дополнительный ассортимент, определяют ассортиментный перечень товаров, осуществляют мероприятия по расширению и обновлению ассортимента товаров и контроль за ассортиментом.
2. Закупочная деятельность. Этапы процесса закупок; планирование объема поставок товаров с учетом спроса покупателей; обеспечение процесса закупок; процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный обмен.
3. Товароснабжение как основа торгово-коммерческого процесса. Значение и автономные функции товароснабжения в торгово-коммерческом процессе. Элементы товародвижения и товароснабжения, их издержки. Источники и условия поступления товаров в торговую есть.
4. Организация торгового процесса. Суть торгово-коммерческого про­цесса на предприятии розничной торговли. Задачи и коммерческие функции приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Ведение учета движения потребительских товаров. Затраты при хранении товаров на складе торгового предприятия и складские показатели (средний запас, частота оборачиваемос­ти, срок хранения). Мерчендайзинг в организации торгового процесса.
5. Продажа товаров, ее понятие как розничной купли-продажи. Факто­ры, обуславливающие продажу. Формы и методы розничной продажи това­ров, их технология и результативность,
6. Торговое обслуживание. Формы, качество и культура торгового об­служивания. Торговая информация и торговая реклама, их роль в системе тор­гового обслуживания. Услуги розничной торговли: классификация, процесс формирования услуг в магазине.

**Тема 21. Эффективность коммерческой деятельности предприятия роз­ничной торговли**

Bначале необходимо уяснить влияние коммерческой деятельности на основные экономические показатели предприятия розничной торговли (3-4,34, 37,38]: товарооборот, валовый доход, торговые издержки, связанные с закуп­ками, складированием, продажей и управлением торгово-технологическим процессом, прибыль и рентабельность от купли-продажи товаров, затем удель­ные показатели эффективности торгового предприятия: доля оборота, валового дохода, прибыли на одного сотрудника, на 1 кв. м торговой площади, на 1 кв. м складской площади, заработная плата, приходящиеся на одного работа­ющего.

***2.3. Организация и управление коммерческой деятельностью в торгово-посреднических структурах***

**Темя 22. Организация и управление торгово-посреднической деятельностью на рынке товаров**

Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров народного потребления и производственного назначения, организация и управ­ление их коммерческой деятельностью необходимо рассматривать с приведе­нием примеров из практики оптовой торговли в современной ситуации.

Отдельно следует выделить оптово-посреднические фирмы Федеральной Контрактной системы Российской Федерации и ознакомиться с особенностями организации и управления их коммерческой деятельностью.

**Тема 23. Организация и управление коммерческой деятельностью на то­варных биржах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах**

Организацию и управление коммерческой деятельностью на товарных бир­жах, торговых домах, выставках и ярмарках, аукционах и торгах следует изучать в следующей последовательности: организационная структура и функции, техни­ка и технология организации и управления коммерческой деятельностью.

**Контрольные вопросы**

**по разделу 2. Особенности организации и управления коммерческой**

**деятельностью предприятий оптовой и розничной торговли,**

**торгово-посреднических структур**

1. Рассмотрите концепцию оптовой торговли как составную часть общей госу­дарственной торговой политики.
2. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях.
3. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?
4. Раскройте цели и коммерческие функции предприятия оптовой торговли.
5. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации в оптовой торговле.
6. В чем заключаются различия горизонтальных и вертикальных форм коопе­рации в оптовой торговле?
7. Какие организационные структуры и совместные функции торговых пред­приятий имеют место в рамках добровольных торговых цепочек?
8. Какие системы оптовых закупок применяются в объединениях горизонталь­ной и оптовой вертикальной кооперации в торговле?
9. Назовите организационные формы сбыта товаров между производителями и предприятиями оптовой торговли.

10.Проаналнзируйте сущность и составные элементы товарно-ассортимент­ной политики предприятия оптовой торговли.

11. Опишите стратегию и тактику предприятия оптовой торговли на рынке за­купок и сбыт товаров.

12.Перечислите факторы, оказывающие влияние на планирование объема и структуры продажи товаров предприятием оптовой торговли.

13. Раскройте содержание основных этапов процесса формирования объема и структуры реализации товаров.

14. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются на предприяти­ях оптовой торговли?

15.Какие функции работников отдела продаж предприятия оптовой торговли Вы знаете?

1. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях.
2. Какие существуют разновидности розничной реализации продукции в зави­симости от ее предназначения?
3. Назовите цели коммерческой работы предприятия розничной торговли.
4. Укажите значимость целевой программы стратегического планирования для развития коммерческой деятельности в розничной торговле.
5. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.
6. Рассмотрите элементы системы управления коммерческой деятельностью организации (компании) розничной торговли.
7. Каково значение товарного ассортимента для обеспечения стабильности розничной торговли и конкурентоспособности торгового предприятия?
8. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажи­те характер его зависимости от изменений спроса на товары.
9. Рассмотрите содержание элементов формирования товарного ассортимен­та на предприятии розничной торговли.
10. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой на предприятии розничной торговли.
11. Раскройте содержание стратегии развития целевых рынков товаров в сфере функционирования предприятия розничной торговли.

27.Как осуществляется моделирование управления развитием целевых рын­ков в сфере деятельности предприятия розничной торговли?

1. Укажите основные и вспомогательные операции торгово-технологического процесса предприятия розничной торговли.
2. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, Вызнаете?
3. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки това­ров на предприятии розничной торговли?
4. Какие действия должен осуществлять продавец предприятия розничной тор­говли в зависимости от поведения покупателей?
5. Рассмотрите роль и эффективность рекламы в информировании реализуе­мых товаров в розничной торговле.
6. Какова роль торгово-посреднических структур в организации оптовой тор­говли в России?
7. В каких формах функционируют торгово-посреднические фирмы на рос­сийском товарном рынке?
8. Рассмотрите особенности торгово-посреднических операций дистрибьюто­ров и дилеров.
9. В чем заключается сущность комиссионной и консигнационной форм про­даж товаров?
10. Какова суть посреднических услуг, выполняемых агентом по поручению принципала?
11. Дайте характеристику брокерских услуг на рынке биржевых товаров.
12. Каковы особенности развития коммерческой деятельности торгово-посред­нических фирм в России и зарубежных странах?
13. Какие функции осуществляют оптово-посреднические фирмы Федераль­ной контрактной системы Российской Федерации?
14. Каковы особенности коммерческих условий государственного контракта на поставку товаров для государственных нужд?
15. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.
16. Рассмотрите организацию коммерческой деятельности торговых домов на рынке товаров.
17. Каковы цели организации ярмарок и выставок в современных условиях?
18. Изложите сущность аукционной торговли товарами.
19. Что понимается под торгами в аукционной торговле?
20. Из каких элементов складываются определения затрат и оценки результа­тивности коммерческой деятельности торгового предприятия?
21. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?
22. Какие основные экономические показатели характеризуют эффективность складского хозяйства торгового предприятия?
23. С какой целью в торговом предприятии устанавливают товарооборот, объем продажи товаров, валовый доход и издержки обращения из расчета на од­ного работающего?

**Раздел 3. Моделирование коммерческой деятельности торгового предприятия. Коммерческие инновации.**

**Тема 24. Модели построения и ведения коммерческой деятельности пред­приятий**

Суть и состав коммерческих процессов, осуществляемых предприятиями [4]. Место коммерческих процессов в общей системе деятельности предприятия.

Цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделирования коммерческих процессов [4, 40]. Условия построения и реализации моделей коммерческой деятельности как объекта управления: законодательство, дого­вора, соглашения, контракты, информационное обеспечение.

**Тема 25. Коммерческие инновации**

Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обнов­лении основных фондов, преобразовании форм организации и управления ком­мерческой деятельностью предприятиями (4,34]. Влияние коммерческих инно­вация на эффективность деятельности предприятия. Инвестиции в коммерчес­кие инновации [15].

**Контрольные вопросы**

**по разделу 3. Моделирование коммерческой деятельности торгового**

**предприятия. Коммерческие инновации.**

1. Рассмотрите классификацию моделей коммерческой деятельности торговых предприятии
2. Изложите суть и состав коммерческих процессов, проектируемых торговыми предприятиями.
3. Укажите роль и место моделируемых коммерческих процессов в общей системе деятельности предприятия.
4. Каковы цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделиро­вания коммерческих процессов?
5. Дайте характеристику условий построения и реализации моделей коммер­ческой деятельности как объекта управления: законодательство, договора, соглашения, контракты, информационное обеспечение.

6. Сформулируйте понятие нововведений в организации технологии коммерции, укажите их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм орга­низации и управления коммерческой деятельностью.

1. Каково влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия?
2. В чем заключаются инвестиции в коммерческие инновации?

**Раздел 4. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности торгового предприятия**

**Тема 26. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия**

Анализ коммерческой деятельности предприятии на отраслевом рынке, ее элементы, их свойства и методы анализа следует изучать по учебнику Баканова М.И., Шеремета А.Д. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 2000. - С.294 - 376 и учебному пособию Экономический анализ/ Под ред. М.И Баканова., А.Д Шеремета. - М.: Финансы и статистика, 2000. -С. 252-320.

Содержание, формы и методы стратегического планирования коммер­ческой деятельности рассмотрены подробно в источниках рекомендуемой ли­тературы [12, 26, 30, 36].

**Тема 27. Бизнес-планирование**

Бизнес-планирование [10] необходимо изучать по следующим основным разделам: оперативный бизнес-план как основной инструмент внутрифирмен­ного планирования коммерческой деятельности; бизнес-операция, се ресурс­ное обеспечение с учетом рыночных рисков и диверсификации ПОЛИТИКИ пред­приятия.

Система государственного регулирования коммерческих организаций и стимулирования развития бизнеса изложена в учебном пособии Ляшенко B.П. [21 ].

**Контрольные вопросы**

**по разделу 4. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности торгового предприятия**

1.Рассмотрите содержание анализа коммерческой деятельности как общена­учного метода.

2. Раскройте содержание, формы и методы стратегического планирования ком­мерческой деятельности. Какие основные этапы внутрифирменного планирования являются основополагающими?

1. Охарактеризуйте основные цели, задачи и этапы разработки стратегического плана коммерческой деятельности предприятия.
2. Почему при открытии магазина необходимо, в первую очередь, разработать стратегии и определить основные цели коммерческой деятельности предпри­ятия? Кто, из персонала предприятия этим занимается?
3. Раскройте содержание отдельных частей бизнес-плана, и с какой целью он составляется в торговле?
4. Какой этап составления бизнес-плана является важнейшим, и почему лишь немногие коммерсант предприниматели составляют бизнес-план?

**3.** **Варианты контрольных работ**

Вариант 1

1. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.
2. Исследование и анализ потребительского рынка как основа развития ком­мерческой деятельности предприятия розничной торговли.

Вариант 2

1. Планирование и организация коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.

2. Конъюнктура потребительского рынка и се влияние на коммерческую дея­тельность предприятия розничной торговли.

Вариант 3

1. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
2. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.

Вариант 4

1 Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового пред­приятия.

2. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.

Вариант 5

1. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.

2. Организационно-экономическая характеристика типов торговых предприятий, реализующих продовольственные непродовольственные товары.

Вариант 6

1. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
2. Понятие, содержание и результативность торгового процесса на предприятии розничной торговли. Мерчендайзинг в организации торгового процесса.

Вариант 7

1. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров предприятием оптовой торговли.
2. Формирование ассортимента товаров на предприятии розничной торговли: понятие, факторы и этапы.

Вариант 8

1.Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.

2.Товароснабженне как основа осуществления торгового процесса на пред­приятии розничной торговли: функции, элементы, их издержки.

Вариант 9

I Организация коммерческой работы на предприятии оптовой торговли в сфере закупок.

2. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень.

Вариант 10

1. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков предприятием оптовой торговли.
2. Задачи и коммерческие функции приемки товаров на предприятии розничной торговли.

Вариант 11

1. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с ис­пользованием компьютерной техники.
2. Модели построения и ведения коммерческой деятельности торговых пред­приятий.

Вариант 12

1. Продажа товаров со склада предприятия оптовой торговли: методы, организация и эффективность.

2. Моделирование бизнес-процессов и организационных систем в торговом предприятии.

Вариант 13

1. Отдел продажи предприятия оптовой торговли, функции его персонала.
2. Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммер­ческой деятельностью.

Вариант 14

1. Организация доставки товаров от поставщиков на склады предприятий оп­товой торговли.
2. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия.

Вариант 15

1. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение предприятием оптовой торговли.

2. Задачи и коммерческие функции в процессе складирования, хранения и под­готовки товаров к продаже на предприятии розничной торговли.

Вариант 16

1. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в органи­зации коммерческой деятельности.
2. Оценка надежности хозяйственных связей предприятий розничной торговли с поставщиками потребительских товаров.

Вариант 17

1. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе предприятия оптовой торговли.
2. Инвестиции в коммерческие инновации в торговле.

Вариант 18

1. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе пред­приятия оптовой торговли.
2. Система государственного регулирования коммерческой деятельности и сти­мулирования ее развития во внутренней торговле.

Вариант 19

1. Управление товарными запасами на предприятии оптовой торговли.
2. Структура и содержание бизнес-плана торгового предприятия, их особенности.

Вариант 20

1. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслужива­ния потребителей предприятия оптовой торговли.
2. Бизнес-операция, ее ресурсное обеспечение с учетом рыночных рисков и ди­версификации политики торгового предприятия.

Вариант 21

1 Показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли.

2. Организация закупочной деятельности на предприятии розничной торговли.

Вариант 22

1.Затраты, связанные с коммерческим и производственными процессами пред­приятий оптовой торговли, критерии их оценки.

2. Методы розничной продажи товаров, их содержание и эффективность.

Вариант 23

1. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
2. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной торговли.

Вариант 24

1. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, орга­низация и управление их коммерческой деятельностью.
2. Основные направления организации и развития коммерческой деятельности в розничной торговле России в современных условиях.

Вариант 25

1. Опыт коммерческой деятельности в розничной торговле зарубежных стран.
2. Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.

**4. Примерная тематика рефератов**

**Раздел 1. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий**

1. Торговые предприятия на рынке товаров и услуг, их коммерческие функции и характерные особенности.
2. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия.
3. Организационная структура коммерческой службы торгового предприятия, механизм ее управления, основные функции и задачи.
4. Организационно-правовые формы деятельности торговых предприятий на рынке товаров и услуг.
5. Особенности организационных структур управления, выбор и внедрение наи­более оптимальной структуры управления сбытом (продажами) на предприятии.
6. Информационное обеспечение коммерческой деятельности на рынке товаров (услуг).
7. Информационная система обеспечения закупочно-сбытовой деятельности торгового предприятия, ее роль и оценка эффективности.

**Раздел 2. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью предприятии оптовой, розничной торговли, торгово-посреднических структур**

1. Коммерческая деятельность предприятия оптовой торговли в сфере закупки и сбыта товаров.

1. Коммерческая политика и коммерческая деятельность предприятий различных форм оптовой торговли.
2. Организационно-экономические аспекты коммерческой деятельности пред­приятия оптовой торговли на рынке товаров.
3. Исследование рынков закупок и сбыта товаров для развития коммерческой деятельности на предприятии оптовой торговли.
4. Коммерческая деятельность предприятия оптовой торговли на рынке товаров с ориентацией на маркетинг.
5. Комплексный подход к формированию коммерческо-хозяйственных связей в оптовой торговле на рынке товаров.
6. Планирование и технология организации закупок на предприятии оптовой торговли, функционирующем на рынке товаров.
7. Управление и оптимизация товарных запасов на предприятии оптовой торговли.
8. Организация и коммерческие позиции продажи товаров со склада предприятия оптовой торговли.
9. Организация товародвижения и обеспечение обращения товаров на пред­приятии оптовой торговли.
10. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли на рынке товаров.
11. Стратегия ценообразования в коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли на рынке товаров.
12. Комплексный анализ и оценка коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли на рынке товаров.
13. Формирование коммерческой деятельности предприятий разных форм роз­ничной торговли.
14. Организационно-экономические аспекты развития предпринимательской деятельности в торговле.
15. Комплексный анализ потребительского рынка как условие развития ком­мерческой деятельности в розничной торговле.
16. Конъюнктура потребительского рынка и ее роль в организации коммерчес­кой деятельности предприятия розничной торговли.
17. Развитие коммерческой деятельности предприятия розничной торговли во взаимодействии с маркетингом.
18. Формирование и развитие материально-технической базы коммерческой деятельности в розничной торговле (или предприятии розничной торговли).
19. Формирование системы коммерческо-хозяйственных связей предприятий розничной торговли при рыночных отношениях.
20. Планирование и организация коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли разных организационных форм.
21. Формирование и развитие товарно-ассортиментной политики как основы коммерческой деятельности предприятия розничной торговли.
22. Планирование и организация закупочной деятельности предприятиями роз­ничной торговли разных организационных форм.
23. Товароснабжение как основа развития торгово-коммерческого процесса на предприятии розничной торговли
24. Принципы и методы продажи товаров и их результативность на предприятиях розничной торговли.

26.Комплексная оценка коммерческой деятельности предприятий розничной торговли.

1. Коммерческая стратегия биржевой торговли России на потребительском рынке.
2. Организация торговли товарами на аукционах.
3. Организация технология коммерческих операций на торгах.
4. Организация выставочного дела на потребительском рынке России.

**Раздел 3. Моделирование коммерческой деятельности торгового предприятия. Коммерческие инновации.**

1 .Модели и моделирование коммерческой деятельности торговых предприятий

2.Бизнес-процессы, формируемые в торговой компании: системный подход.

3.Бизнес-процессы и организационные системы на торговом предприятии.

4. Моделирование задач коммерческой деятельности: постановка задач и ме­тоды их решения.

1. Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью.
2. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия.
3. Инвестиции в коммерческие инновации в торговле.

**Раздел 4. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности торгового предприятия**

1. Стратегии бизнеса и внутрифирменное планирование хозяйственной деятель­ности торговых предприятий.
2. Разработка бизнес-плана как основы успешной коммерческой деятельности торговых предприятий.
3. Текущее планирование коммерческой деятельности торгового предприятия на основе учета влияния факторов макро- и микросреды.
4. Стратегическое планирование коммерческой деятельности организации (ком­пании).
5. Анализ основных коммерческих решений торгового предприятия и организация контроля за их исполнением.
6. Система оценки закупочно-сбытовой деятельности торгового предприятия на основе анализа результатов объема сбыта (продажи) и издержек обращения товаров.

**Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Организация доставки товаров от поставщиков на склады оптовых предприятий.
2. Психология и этика торгового персонала при обслуживании покупателей.
3. Порядок оформления заказов товарополучателей, их выполнение оптовым торговым предприятием.
4. Торговое обслуживание покупателей и основные элементы, определяющие его уровень
5. Информация как предмет коммерческого распространения. Технология и индустрия ее распространения.
6. Понятие продажи товаров в розничном торговом предприятии как коммерческой сделки.
7. Отдел продажи оптового торгового предприятия и его функции.
8. Исследование и анализ рынка потребительских товаров как основа развития коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
9. Затраты, связанные с коммерческими и производственными процессами оптовых предприятий, критерии их оценки.
10. Содержание, формы и методы стратегического планирования коммерческой деятельности.
11. Организация работ по обеспечению безопасности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
12. Система государственного регулирования коммерческой деятельности и стимулирование ее развития во внутренней торговле.
13. Формы и коммерческие функции транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей оптового торгового предприятия.
14. Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов, преобразовании форм организации и управления коммерческой деятельностью.
15. Показатели эффективности коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий.
16. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности торгового предприятия. Инвестиции в коммерческие инновации в торговле.
17. Организационно-экономические принципы хранения товаров на складе оптового предприятия.
18. Организация и управление коммерческой деятельностью на товарных биржах, выставках и ярмарках, на аукционах, торгах.
19. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии.
20. Моделирование бизнес - процессов и организационных систем в торговой организации (на предприятии).
21. Организация складского хозяйства в оптовой торговле и его роль в организации коммерческой деятельности.
22. Удельные показатели эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий.
23. Комплекс коммерческих операций, связанных с приемкой, размещением и хранением товаров на складе оптового предприятия.
24. Формы торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров, организация и управление их коммерческой деятельностью.
25. Закупка товаров и их реализация на предприятиях оптовой торговли с использованием компьютерной техники.
26. Задачи и коммерческие функции приемки товаров в розничном торговом предприятии.
27. Оптовые закупки и продажа потребительских товаров в оптовом торговом предприятии с использованием инструментов маркетинга.
28. Организация коммерческой работы оптового торгового предприятия в сфере закупок.
29. Товароснабжение как основа осуществления торгового процесса в розничном торговом предприятии: функции, элементы, их издержки.
30. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков оптовым предприятием.
31. Понятие, содержание и результативность торгового процесса в розничном торговом предприятии.
32. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке и продаже товаров оптовым предприятием.
33. Формирование ассортимента потребительских товаров: понятие, факторы и этапы.
34. Формы кооперации в оптовой торговле и их коммерческая направленность в зарубежных странах.
35. Организация закупочной деятельности в розничном торговом предприятии.
36. Исследование рынков закупок и сбыта товаров: методы, спрос и емкость рынка сбыта, конъюнктура.
37. Организационная структура управления розничного торгового предприятия как основополагающая в осуществлении коммерческой деятельности.
38. Системный подход к формированию коммерческих связей предприятий в оптовой торговле.
39. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью в розничной торговле.
40. Стратегия и политика ценообразования товаров в оптовом предприятии
41. Коммерческие связи розничных торговых предприятий на потребительском рынке и их влияние на результаты коммерческой деятельности.
42. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия.
43. Формирование вертикальных и горизонтальных связей розничных торговых предприятий с субъектами потребительского рынка.
44. Организационно-экономическая характеристика типов торговых предприятий, реализующих продовольственные непродовольственные товары.
45. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности оптового предприятия. Экономия денежных средств при закупке и продаже товаров.
46. Предпосылки и надежность хозяйственных связей розничных торговых предприятий с поставщиками потребительских товаров.
47. Процесс и структура управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
48. Конъюнктура рынка потребительских товаров и ее влияние на коммерческую деятельности в розничной торговле.
49. Цели, функции и задачи коммерческой службы торгового предприятия. Управление коммерческой деятельностью торгового предприятия как системой.
50. Методология, техника и технология управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
51. Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции-
52. Сущность, задачи и цели коммерческой деятельности в розничной торговле.
53. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизации торговли.
54. Анализ и прогноз потребительского спроса на рынках продовольственных и непродовольственных товаров.
55. Сущность, роль и функции оптовой торговли в современных условиях.
56. Розничная торговая сеть, ее структура, функции, основные направления развития.
57. Способы активизации коммерческой работы розничного торгового предприятия в условиях конкуренции.
58. Технико-технологическое обеспечение коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг.
59. Нововведения в организации и технологии коммерции, их роль в обновлении основных фондов.
60. Организация коммерческой работы на розничной продаже товаров.

**Рекомендуемая литература**

**Федеральные законы, указы президента и постановления** **Правительства РФ**

1. Конституция Российской Федерации. - 3-е изд., доп. и перераб. - М: Юрайт-М, 2000. -200 с.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации: Части первая и вторая. – М.: Юрайт-М, 2002. - 404 с.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть третья. - М.: Юрайт - М. 2002.-61 с.
2. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации. - М.: Юрайт - М. 2002. - 246 с.

5. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая и вторая). - М.: ЭКМОC, 2002. - 448c.

6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях. - М-: Юрайт-М, 2002.-251 с.

7 . О лицензировании отдельных видов деятельности. Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 128-ФЗ.

8. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации. Федеральный закон от 18 июня 1995 г. №88-ФЗ.

9. О защите прав потребителей (в ред. Федерального закона от 30 декабря 2001 года № 196-ФЗ).

10. О качестве и безопасности пищевых продуктов. Закон РФ от 2 января 2000 года № 29-ФЗ.

11. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора) Закон РФ от 8 августа I года № 134 – ФЗ.

12. О государственной регистрации юридических лиц. Закон РФ от 8 августа 2001 года №129-ФЗ.

13. О коммерциализации деятельности предприятий торговли в РСФСР: Указ Президента РСФСР от 2 июля 1991 года.

1. О свободе торговли: Указ Президента РФ от 29. 01 1992 г.
2. О мерах по формированию Федеральной контрактной системы: Указ Президента от 7 августа 1992 г.

16. Об участии субъектов малого предпринимательства в производстве и по­ставке продукции и товаров (услуг) для федеральных государственных нужд. Постановление Правительства РФ от 23 апреля 1996 года № 523

17. Концепция комплексной программы развития инфраструктуры товарных рынков в Российской Федерации на 1998-2005 годы. Постановление Правительства РФ от 3 августа 1996, года № 936.

18. О мерах по стабилизации потребительского рынка Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 12 октября 1998 года № 1190.

19. О комплексе мер по развитию и государственной поддержке малых пред­приятий в сфере материального производства и содействию их инновационной деятельности. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 1999 года № 1460.

20. О федеральной программе государственной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации на 2000-2001 годы. Постановление Правительства РФ от 14 февраля 2000 года № 121.

**ТОРГОВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**

**(нормативные акты министерств и ведомств Российской Федерации)**

1.Положение по применению контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением. Постановление Правительства РФ от 30 ИЮЛЯ 1993 года № 745 (в ред. Постановления Правительства РФ от 07.08.98  
№ 904).

2. Положение О государственной инспекции по торговле, качеству и защите Прав потребителей Министерства экономического развития и торговли Российской федерации (в ред. Постановления Правительства РФ 17 апреля 2001

года №302).

3. Санитарно-эпидемиологические требования к организации торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. СП 2.3.6.1066-01, утвержденные Главным Государственным врачом Российской Федерации 06.09 2001 г., с 1 января 2002 года.

4. Правила продажи отдельных видов товаров (в ред. Постановления Правительства РФ от 6 февраля 2002 года № 81).

**Основная литература**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая и вторая. - М.: Юрайт-M. 2002 - 404 с.

2. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под ред. О.A. Новикова, В.В. Щербакова - СПб.: Изд-во СПб ГУЗФ. 1999.-4 16 с. \*

3. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. -10-е изд. перераб. и доп. - М.: Маркетинг, 2008- 579с\*

4. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: ИНФРА-М. 2003. - 248 с. \*

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

6. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. - М: ИНФРА-М. 2008.-248с.\*

**Дополнительная литература**

1. Абрамов В.С. Коммерческая безопасность предприятия (теория и практика). - М.: Арсин ЛТД, 1998.
2. Альбом новых форм первичной учетной документации по учету торговых операций-М.: Дело и сервис, 2001.
3. Андреева Л.В. Продажа товаров: Руководство по подготовке и заключении договоров. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 176 с.
4. Баканов М.И, Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. -М.: Финансы и статистика, 2000. -416 с.
5. Бизнес-планирование: Учебник /Под ред. В.М. Попова и С.И. Ляпунова. - М.: Финансы и статистика, 2001: С.19-115.
6. Бланк на. Управление торговым предприятием: Учебник. - М.: ТАНДЕМ, 1998 -416 с:
7. Горемыкин В.A. и др. Планирование на предприятии: Учебник Ф.А. Горемыкин. Э.Р. Бугулов, А.Ю. Богомолов - М.: Филинъ, 1999.-328с.
8. Даненбург В. и др. Основы оптовой торговли: Практический курс. - СПб.: Нева-Ладога-Онега. 1993.212 с.
9. Документы в торговых операциях: Практическое пособие / Под руководством Никулина Л.Ф. М.: Изд-во "ПРИОР" 1995. 142с.
10. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка. - М.: ПРИОР, 2001. - 256 с.
11. Идрисов А.Б. И др. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций - М.: Филинъ. 1996.-272 с.
12. Канаян К., Канаян Р. Мерчендайзинг - М. : РИП-Холдинг. 2002. - 236.
13. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке I |0Д. ред. А.В. Зырянова. - Екатеринбург: УГЭУ, 2001.- 520 с.
14. Краткий курс торгового предпринимательства/ Кол. авт.: Учебное пособие. М - Изд-во М ГУК, 2001. - С. 44-50.
15. Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 1999.-448с.
16. Лесохин В.В. Информационные технологии в коммерческой деятельности: Учебное пособие- - М.: Изд-во МГУП «Мир книги», 1997.-218с.
17. Лященко В.П. Государственное регулирование деятельности коммерческих организаций. - M.: НОВЫЙ ВЕК, 2001. - 208 с.
18. МАК-МАК В.П. Служба безопасности предприятия. Организационно-управленческие и правовые аспекты деятельности. - М.: Мир безопасности, 1999--160с.
19. Мур А., Кейт Х. Руководство по безопасности бизнеса. Практическое пособие по управлению рисками / Пер. с англ. - М.: Филинъ, 1998.-328с.
20. Новиков О.А., Щербаков В.В. Оптовая торговля средствами производства. - Д.; ИЗД-ВО ЛФЭИ, 1990. - 90с.
21. Парамонова Т.Н. Организация мерчендайзинга в розничном торговом пред­приятии; Учебное пособие. - М.: ОЦПКРТ, 2002.- с. 79.
22. Пигунова О.В., Аниськова О.Т. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. - М.: Маркетинг, 2002. - С. 117.
23. Платонов В.Н. Организация торговли: Учебное пособие. - Мн.: БГЭУ, 2002. -287 с.
24. Плоткин Б.К. Информационное обслуживание коммерческой деятельности: Учебное пособие/ Санкт-Петербургскнй гос. ун-т экономики и финансов. - СПб.: Изд. СПб ГУЭФ, 1998.-136с.
25. Правила торговли в Российской Федерации. -4-е изд., перераб. и доп. - М.: Современная экономика и право, 2002. - 240 с.
26. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие для  
    Вузов / ПОД ред- Т.Г. Морозовой, А.В. Пикулькина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.-318с.
27. Рогожин СВ., Рогожина Т.В. Теория организации: Учебное пособие. - М.: Экзамен, 2002. - 320 с.
28. Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу. Изд. офиц. ГОСТ Р 51305 - 1999. Дата введения 01.01.2000г. - М.: Госстандарт России, 2000.
29. Российская торговая энциклопедия. В 5-ти тт. - Т. 1 -5/ Глав. ред. Я.Л. Орлов. – М.: РООИиП «За социальную защиту и справедливое налогообложение, 1999.
30. Современный супермаркет: Учебник но современным формам торговли. .-2-е изд. - М.: Изд-во Жигульского, 2002. - 336 с.
31. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание и гостиничное хозяйство. - М.: Наука, 1994--С. 236-24 Г
32. Стратегическое планирование / Под ред. Э А. Уткина - М.: ЭКМОС, 1998.- 440с.
33. Торговля: Термины И определения,- ИЗД- офиц. ГОСТ П 51303-99. Дата введения 1 янв- 2000Г-- М-: Госстандарт России, 2000. -12 с.
34. Торговое дело; Экономика И Организация Учебник. 2-е изд. перераб. И доп/ Под общ. ред. проф.Л.А. Брагина, Т.П. Данько. - М.: инфра - М, 2000.-560C, 40.
35. Услуга розничной торговли: Общие требования. Изд. офиц. Гостр 51304-99. Дата введения 1 ЯНВ- 2000г.- М.: Госстандарт России, 2000. -41.
36. ФОМИН Г.П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности: Учебник. - М- Финансы и статистика, 2001. -544 с.
37. Щербаков ВВ. Организация оптовой торговли за рубежом. - Л.: Изд-во ЛФЭИ, 1991-99 е.
38. Экономический анализ; ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование; Учебное пособие / Под ред. МЛ Баканова, А.Д. Шеремета. - М.: финансы и статистика, 2000. - 656 с.
39. Минько Э.В. ОСНОВЫ коммерции: учебное Пособие - М. - ЮНИТИ-ДАНА, 2007 -512с.
40. Маклаков Г.В. Договор поставки в рыночной экономике: учебное пособие - Новосибирск - ООО "Архивариус-Н", 2007, 76 с.
41. Кондрашев В.М. Управление продажами: учебное пособие - М.: ЮНИТИ-ДАНА,2007-319с.
42. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2007 - 424с.
43. Управление закупками и поставками. Учебник - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 751с.

ЖУРНАЛЫ: Российская торговля

Современная торговля

Новости торговли

Торговая газета

Приложение 1.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОУ ВПО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

НОСИБИРСКИЙ ФИЛИАЛ

***Кафедра коммерции***

**Контрольная работа (реферат)**

по дисциплине: **«ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Вариант контрольной работы

(или тема реферата: Организация и развитие розничных торговых сетей в России)

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ФИО, шифр специальности, курс,

группа, отделение, факультет

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

дата сдачи на факультет

Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Новосибирск 2009