

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Якутская государственная сельскохозяйственная академия»
Экономический факультет
Кафедра «Экономика сельского хозяйства»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ
РАБОТ**

Дисциплина (модуль) Б.3.Б.8. Организация и управление коммерческой
деятельностью

Специальность (образовательная программа) 100800 Товароведение

СОДЕРЖАНИЕ

1. Организационно - методический раздел.....	3
1.1. Порядок выполнения контрольных работ	4
1.2. Варианты контрольных работ по разделу: «Организация и управление коммерческой деятельностью».....	5
2. Список литературы.....	12

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Для выполнения учебного плана по дисциплине «Организация и управление коммерческой деятельностью» студенты должны выполнить контрольную работу в сроки, установленные графиком учебного процесса.

Целью изучения данной дисциплины является творческое усвоение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков в области управления и организации коммерческой деятельности, необходимых для успешной работы предприятия.

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- структуры и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач в сфере торгово-посреднического бизнеса;
- планирование и организацию коммерческой деятельности предприятия торговли;
- методы осуществления коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг;
- технологии организации и управления продажами и сервисом обслуживания в сфере торговли;
- формирование конкурентоспособного ассортимента в соответствии с позицией и форматом торгового предприятия;
- государственное регулирование и регламентацию предпринимательской деятельности в сфере оптовой и розничной торговли.

Студент должен уметь:

- организовывать и планировать закупку и сбыт товаров в целях удовлетворения запросов потребителей и получения прибыли;
- поиск и выбор наилучшего партнера среди поставщиков и покупателей для осуществления процесса купли-продажи;
- организовать и управлять продажей-сбытом и сервисом в сфере торгово-посреднического бизнеса;
- прогнозировать и вести оперативный учет рыночных изменений и факторов, влияющих на коммерческую деятельность и запросы потребителей;
- формировать позитивную атмосферу продажи товаров/услуг, активно ее стимулировать и поддерживать связь с общественностью;
- принимать обоснованные решения в ситуациях, реально приближенных к действительности.

Содержание учебной дисциплины определено программой курса, на основании которой и составлены настоящие методические указания.

Основными организационными формами учебных занятий являются лекции и лабораторные занятия по курсу. В межсессионный период студенты-заочники самостоятельно изучают курс по конспектам лекций и приведенной в данных методических указаниях литературе. В случае возникновения вопросов при изучении курса и подготовке контрольной работы студенты могут обратиться за консультацией к преподавателю.

Итоговыми формами контроля знаний по данной дисциплине является проверка контрольной работы и экзамен. К сдаче экзамена допускаются студенты, отработавшие все практические занятия и получившие положительную оценку (зачтено) по выполненным и представленным на проверку контрольной работы. Срок проверки

контрольной работы преподавателем установлен 10 дней, с момента регистрации её на кафедре.

1.1. Порядок выполнения контрольных работ

Необходимым этапом самостоятельной работы над программным материалом является выполнение контрольной работы по предложенным вариантам.

Контрольная работа должна быть представлена в срок, определяемый учебным графиком.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за них отрицательную оценку (не зачтено) к сдаче экзамена не допускаются.

Контрольная работа по курсу включает 25 вариантов, которые распределяются между студентами по начальным буквам их фамилий.

Контрольная работа, выполненная студентом не по указанному варианту распределения, не зачитывается.

Цель контрольной работы - привить навыки самостоятельного изучения учебного материала. Поэтому решающее значение для ее оценки будут иметь ответы, составленные в результате самостоятельной творческой работы студента.

Контрольная работа должна показать умение студента кратко и четко отвечать на поставленные в теме вопросы, подбирать и использовать необходимые для ответа материалы.

Примерный объем работы должен составлять 20-24 страницы машинописного текста.

При написании и оформлении контрольных работ необходимо соблюдать следующее:

1. Контрольная работа должна быть распечатана на листах формата А-4, помещенных в скоросшиватель.

2. Страницы работы должны быть пронумерованы и иметь следующие размеры полей: левое - 30 мм, правое - 10 мм; верхнее - 25 мм; нижнее — не менее 20 мм.

3. Вопросы контрольной работы необходимо записывать непосредственно перед каждым ответом.

4. Завершает работу список использованных литературных источников, который должен быть оформлен строго в соответствии с установленными правилами:

- при ссылке на учебник, учебное пособие, монографию указываются фамилии и инициалы авторов, точное наименование издания, место издания, название издательства и год издания;

- при ссылке на журнальные статьи указываются фамилии и инициалы авторов, наименование статьи, название журнала, год и номер выпуска, страницы.

- в конце работы указывается дата ее выполнения и ставится личная подпись студента;

- контрольная работа должна начинаться с раздела «Содержание», с указанием рассматриваемых вопросов и номера страницы начала ответов на них.

Основные требования к контрольной работе студента

С учетом действующего порядка выполнения контрольной работы, ее вариант выбирается студентом из приведенной ниже таблицы.

Объем контрольной работы должен быть не менее 10-12 страниц машинописного текста, реферата – не менее 25 страниц.

Содержание контрольной работы должно отражать тематику вопросов указанного варианта. При этом не допускается дословное переписывание текста или использование набора опубликованных сайтов Интернета.

В случае невыполнения указанных требований, контрольная работа возвращается студенту на доработку.

Начальная буква фамилии студента	Номер варианта работы	Начальная буква фамилии студента	Номер варианта работы
А	1	П	14
Б	2	Р	15
В	3	С	16
Г	4	Т	17
Д	5	У	18
Е	6	Ф	19
Ж, З	7	Х	20
И	8	Ц	21
К	9	Ч	22
Л	10	Ш	23
М	11	Щ, Э	24
Н	12	Ю, Я	25
О	13		

1.2. Варианты контрольных работ

Вариант 1

1. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
2. Формирование торгового ассортимента и факторы его обуславливающие.
3. Коммерческая система представляет собой единый комплекс товаров и услуг, функционально зависит от:
 - а) исходных составляющих системы (субъекты коммерции, факторы взаимодействия);
 - б) сочетания составляющих системы, в числе которых коммерческие связи, выбор функций;
 - в) климатических условий;
 - г) системы повышения квалификации сотрудников.

Вариант 2

1. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
2. Методы розничной продажи товаров, их технология и эффективность.
3. Основной целью коммерческой деятельности является:
 - а) стабильность цен;
 - б) оптимизация денежного баланса;
 - в) получение прибыли;
 - г) повышение производительности труда.

Вариант 3

1. Услуги как объект коммерческой деятельности.
2. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.
3. Имущественный кодекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг:
 - а) торговое предприятие;
 - б) инфраструктура рынка;
 - в) объект коммерческой деятельности;
 - г) арбитраж.

Вариант 4

1. Прямые и опосредованные закупки товаров, структура каналов.
2. Методика анализа местоположения магазина в торговой зоне и его конкурентоспособности.
3. К основным направлениям коммерческой деятельности относятся:
 - а) установление партнерских отношений;
 - б) сбыт-продажа товаров;
 - в) предоставление услуг;
 - г) разработка технологических карт/картограмм.

Вариант 5

1. Мерчандайзинг в организации розничных продаж, практический опыт.
2. Государственное регулирование деятельности коммерческих организаций.
3. Принципами коммерческой деятельности являются:
 - а) обоснование коммерческих приоритетов и использование принципов маркетинга;
 - б) принцип планирования коммерческой деятельности;
 - в) профилактика коммерческих рисков;
 - г) повышение ответственности за принятие обязательств.

Вариант 6

1. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками.
2. Управление товарной политикой и контроль за ассортиментом.

3. Какая из нижеперечисленных организационно-правовых форм предприятия отсутствует в российском законодательстве?
- а) акционерное общество открытого типа;
 - б) акционерное общество закрытого типа;
 - в) общество с ограниченной ответственностью;
 - г) товарищество с ограниченной ответственностью.

Вариант 7

- 1. Формы кооперации в торговле.
- 2. Особенности организации коммерческой деятельности гипермаркета: практический опыт.
- 3. Объектами коммерческой деятельности являются:
 - а) торговые предприятия;
 - б) продавцы (персонал);
 - в) потребители;
 - г) товары и услуги.

Вариант 8

- 1. Организация коммерческих взаиморасчетов в процессе обмена товаров.
- 2. Организация франчайзинговой системы в оптовой и розничной торговле: практический опыт.
- 3. Дистрибьюторы с полным набором услуг приобретают продукцию у основных изготовителей, складируют и реализуют ее в режиме сервисного обслуживания:
 - а) да;
 - б) нет.

Вариант 9

- 1. Организация системы дистрибуции предприятием на рынке товаров.
- 2. Инструментарий мерчандайзинга, используемый в торговле.
- 3. Отличия в формах и методах коммерческой деятельности в период административно-плановой и рыночной экономики:
 - а) имеют место;
 - б) слабо проявляются;
 - в) не имеются;
 - г) существуют только в государственном секторе.

Вариант 10

- 1. Формы риска участников коммерческих сделок на рынке.
- 2. Организация доставки товаров в розничное торговое предприятие.
- 3. Что означает понятие «коммерческая деятельность»?
 - а) оперативно-организационную деятельность предприятий, направленную на совершение актов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли;
 - б) распределение товарных ресурсов;
 - в) учет и контроль за движением материальных ценностей;
 - г) деятельность по развитию торгово-посреднических структур.

Вариант 11

1. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласования ее основных условий.
2. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.
3. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, включая торгово-посредническую, посредническую, ... операции:
 - а) консультационную;
 - б) законодательную;
 - в) контрольную;
 - г) производственную.

Вариант 12

1. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.
2. Техника проведения биржевых операций. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующего рынка.
3. Какое отношение к закупкам товаров имеет формула смены формы стоимости Д-Т и Т-Д?
 - а) не имеет прямого отношения;
 - б) имеет косвенное отношение;
 - в) раскрывает сущность закупочной работы;
 - г) в зависимости от местонахождения и назначения предприятия.

Вариант 13

1. Конкуренция на рынке и ее виды, анализ позиции и конкурентоспособности магазина.
2. Понятие ярмарок и торгово-промышленных выставок, виды и условия их проведения, организаторы и участники ярмарок и выставок. Виды заключаемых сделок.
3. Что понимается под «консигнацией»?
 - а) расписка, выдаваемая дилером поставщику на отгрузку товаров;
 - б) поручение одной стороной (консигнатором) другой стороне (консигнанту) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;
 - в) поручение одной стороной (консигнантом) другой стороне (консигнатору) продать от своего имени и за свой счет товары со склада, находящиеся за рубежом;
 - г) документ, выдаваемый консигнатором консигнанту для вывоза со склада товаров, находящихся за рубежом.

Вариант 14

1. Планирование и организация сбыта/продажи.
2. Фирменный стиль, его элементы и функции.

3. Может ли дистрибьютор от чужого имени и за свой счет закупать и продавать товар?
- а) нет, не может;
 - б) может от своего имени и за свой счет;
 - в) может, если заключено соглашение о предоставлении права на продажу товара;
 - г) может от чужого имени и за чужой счет.

Вариант 15

1. Основные виды стимулирования продаж.
2. Организационно-экономическая характеристика, преимущества и недостатки магазина-дискаунта.
3. Как осуществляются комиссионные операции в торгово-посреднической деятельности?
 - а) посредник действует от своего имени, но за чужой счет;
 - б) посредник действует от чужого имени, но за свой счет;
 - в) посредник действует от своего имени и за свой счет;
 - г) посредник действует от чужого имени и за чужой счет.

Вариант 16

1. Классификация торговых предприятий.
2. Розничная торговая сеть, ее структура и функции, основные направления развития.
3. Что означает «маржа» в биржевой торговле?
 - а) форма сделки брокера со своим клиентом;
 - б) сумма денег, выплачиваемых расчетной палате брокером для покрытия неблагоприятных колебаний;
 - в) непредвиденные обстоятельства, включаемые в контракт при заключении сделки;
 - г) показатель прибыли в биржевой торговле.

Вариант 17

1. Организация оптовых закупок товаров.
2. Организационно-экономическая характеристика основных форматов магазинов иностранных розничных торговых сетей.
3. Закупка товаров по своей экономической природе представляет:
 - а) оптовый товароборот;
 - б) мелкооптовый товароборот;
 - в) розничный товароборот;
 - г) все вместе взятое.

Вариант 18

1. Оптовая продажа товаров: методы, организация и эффективность.
2. Правила торговли на рынке потребительских товаров.

3. Сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами, исполнителями услуг и покупателями, сложившаяся на основе разделения труда:
 - а) потребительский рынок;
 - б) товарный рынок;
 - в) торговая сеть;
 - г) бартер.

Вариант 19

1. Мерчандайзинг, его роль и эффективность.
2. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.
3. Процесс физического перемещения товаров от производителя к месту продажи или потребления:
 - а) товародвижение;
 - б) товарооборот;
 - в) товарооборачиваемость;
 - г) товароснабжение.

Вариант 20

1. Структура торгового процесса предприятия розничной торговли и последовательность выполнения операций по доведению товаров до потребителей.
2. Организация электронной торговли на потребительском рынке.
3. В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:
 - а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
 - б) экономические отношения;
 - в) коммерческие взаимоотношения;
 - г) административно-правовые отношения;
 - д) совокупность хозяйственных отношений.

Вариант 21

1. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.
2. Бизнес-модель формата Cash and Carry в оптовой торговле.
3. Что относится к признакам развитого рынка?
 - а) характеристика рынка как рынка покупателей;
 - б) конкурентный характер;
 - в) возможность и необходимость сегментирования рынка;
 - г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 22

1. Продажа товаров на оптовом рынке.
2. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.
3. Выделите основные цели предпринимательства:

- а) производство и продажа товаров/услуг;
- б) прибыль;
- в) социальные;
- г) все вышеперечисленные варианты ответов.

Вариант 23

1. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования.
2. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.
3. Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями:
 - а) основные условия поставок отдельных товаров;
 - б) особые условия поставок;
 - в) положение о поставках продукции производственного назначения;
 - г) Гражданский кодекс РФ.

Вариант 24

1. Торги как форма соревновательной торговли.
2. Организационно-экономическая характеристика типов розничных торговых предприятий по продаже продовольственных и непродовольственных товаров.
3. Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:
 - а) направления стороной предложения заключить договор;
 - б) оформления договора в письменной форме;
 - в) получения ответа на предложение (оферты);
 - г) все перечисленные варианты ответов.

Вариант 25

1. Технология business-to-business (B2B) в оптовой торговле товарами народного потребления: практический опыт.
2. Управление размерами товарных запасов. Стратегии образования оптимальных товарных запасов торгового предприятия.
3. Чем вызваны причины существования на рынке ниш для малых предприятий?
 - а) колебанием на рынке;
 - б) спросом на товар;
 - в) ориентацией большого и среднего бизнеса на массовое производство товаров;
 - г) эффективной рекламой.

2.Список литературы

2.1. Литература:

Нормативная

1. Правила торговли.- М.: Эталон, 2001. - 272 с.
2. Федеральный закон о государственной поддержке малого бизнеса в РФ от 18 июня 1995 г. № 88-ФЗ.

Основная

3. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. – М.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 475 с.
4. Жукова Т.Н. Коммерческая деятельность: Учебное пособие. - Санкт-Петербург: Издательство «Вектор», 2006. – 252 с.
5. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: Маркетинг, 2000. – 579 с.
6. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 248 с.
7. Семин О.А. Сервис в торговле. Книга первая. Маркетинг и управление качеством торговых услуг: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 216 с.
8. Семин О.А. Сервис в торговле. Книга вторая. Искусство торговать или секреты мерчандайзинга: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 112 с.
9. Семин О.А. Сервис в торговле. Книга третья. Этика в торговле или почему люди покупают: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 112 с.
10. Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 368 с.

Дополнительная

11. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 671 с.
12. Голощапова А.И. и др. Основы коммерческой деятельности: Учебное пособие. – М.: Издательство МГУК, 2000. - 170 с.
13. Осипова Л.В., Синяева И.Н. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 324 с.
14. Российский торгово-экономический словарь. Авторский коллектив РГТЭУ. – М.: Экономист, 2005. - 712 с.
15. Торговое дело. Экономика, маркетинг и организация: Учебник под ред. Брагина Л.А. -М.: ИНФРА-М, 2000. – 560 с.
16. Фатрел Чарльз. Основы торговли. - Тольятти: Издательский дом Довгань, 1995. – 775 с.