

УТВЕРЖДАЮ
Председатель ЦПК РГТЭУ
Ректор, профессор
С.Н.Бабурин
31.01.2012 г.

ПРОГРАММА
вступительного испытания в магистратуру по предмету
«Организация коммерческой деятельности предприятий торговли»

Тема №1. Становление и развитие коммерческой деятельности в РФ и РТ.

Содержание понятия «коммерческая» и «предпринимательская» деятельность. Этапы развития коммерческой деятельности в России и в РТ. Значение коммерческой деятельности в формировании ВВП. Виды сделок в коммерческой деятельности. Показатели эффективности коммерческой деятельности, их анализ. Наличие и размер прибыли, как основной критерий эффективности коммерческой деятельности.

Тема №2. Цели и задачи коммерческой деятельности.

Сущность, содержание, цели и задачи коммерческой деятельности. Перспективы развития коммерческой деятельности в России. Виды коммерческой деятельности. Системный подход к организации коммерческой деятельности.

Тема №3. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.

Содержание понятия «субъект» и «объект» коммерческой деятельности. Классификация субъектов предпринимательской и коммерческой деятельности и их характеристика. Индивидуальные предприниматели в роли субъектов. Регистрации субъектов и организация их деятельности.

Тема №4. Организация хозяйственных связей в торговле.

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле. Организация прямых хозяйственных связей торговых предприятий с производителями товаров. Роль посредников в организации хозяйственных связей.

Тема №5. Основы построения процесса товародвижения.

Содержание понятия товародвижение и его составляющие. Факторы товародвижения. Формы и принципы товародвижения. Основные тенденции совершенствования процесса товародвижения в современных условиях коммерческой деятельности.

Тема №6. Организация коммерческой работы по оптовым закупкам товаров.

Сущность, роль и содержание закупочной деятельности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров. Оптовые ярмарки и оптовые рынки, их роль в закупке товаров. Мелкооптовые магазины – склады.

Тема №7. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров.

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Формы и методы оптовой продажи товаров. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями своим клиентам.

Тема №8. Виды и основные функции оптовой и розничной на региональном рынке (на примере крупных предприятий г. Казани).

Оптовая и розничная торговля: сущность, отличительные особенности. Основные принципы, структура и перспективы развития оптовой и розничной торговли. Типизация и специализации торговли. Особенности организации деятельности ООО «Метро», ОАО «СКАТ» г. Казани. Принципы построения розничной и оптовой торговли. Перспективы развития оптовых и розничных рынков в г. Казани.

Тема №9. Коммерческая деятельность на рынке, осуществляемая через торгово-посредническое звено.

Роль, место и значение посредников в организации процесса товародвижения. Основные виды торгово-посреднических операций и торгово-посреднических структур. Стратегия формирования заказов и заключения договоров с торговыми посредниками. Показатели оценки посреднического звена. Преимущества и недостатки посредников.

Тема №10. Развитие франчайзинга в рыночной экономике.

Сущность франчайзинга и его роль в развитии малого предпринимательства. Вид франчайзинга. Экономические основы франчайзинга. Правовое регулирование франчайзинга в России.

Тема №11. Организация розничной продажи товаров и обслуживания покупателей.

Сущность розничной торговли и ее функции. Цели и задачи коммерческой деятельности в розничной торговле. Понятие и содержание культуры торговли. Социально – экономическое значение методов продажи товаров. Формы и методы розничной продажи товаров.

Тема №12. Организация коммерческой деятельности с использованием элементов мерчандайзинга.

Сущность и содержание мерчандайзинга. Роль мерчандайзинга в увеличении объемов продаж. Реклама на месте продажи и стимулирование сбыта. Содержание коммерческой работы мерчандайзера.

Тема №13. Ассортиментная политика предприятия.

Понятие ассортимента и его виды. Ассортимент и качество товаров и услуг. Управление ассортиментной политикой и формирование торгового ассортимента. Принципы формирования торгового ассортимента. Порядок преобразования ассортимента.

Тема №14. Ценовая политика в коммерческой деятельности.

Механизм ценообразования в сфере торговли. Ценовая стратегия и стимулирование продаж. Выбор направления ценовой политики на основе изучения цен и товаров конкурентов. Виды цен и скидок на предприятии. Анализ ценообразующих факторов. Методы ценообразования. Структура цены, составные ее элементы.

Тема №15. Использование маркетинга в коммерческой деятельности предприятий.

Основные категории маркетинга. Изучение и прогнозирование спроса. Развитие методов стимулирования сбыта как повышение эффективности торговой организации. Взаимосвязь маркетинга с коммерческой деятельностью.

Тема №16. Планирование коммерческой деятельности.

Значение и необходимость планирования в рыночной экономики. Бизнес-план, его структура и содержание. Характеристика основных разделов бизнес-плана. Бизнес-среда и ее привлекательность. Особенности составления бизнес плана. Составление финансового плана как основного элемента планирования.

Тема № 17. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий.

Основные категории эффективности коммерческой деятельности: экономический эффект; экономический результат, экономическая эффективность. Технология определения затрат и результативности коммерческой деятельности. Система показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности.

Основная литература:

1. Губарев В.Г. Основы экономики и предпринимательства. - Р. на Д.: "Феникс", 2004 г.
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерческая технология торговли: Учебник.- 4 изд. перераб. и доп. - М., 2005 - 593с.
3. Егоров В.Ф. Организация торговли. Учебник для ВУЗов.-СПб.: Питер, 2004 г., 352 с.
4. Иванов М.Б., Иванов М.Ю. Коммерческая деятельность, Учебное пособие: М.- РИОР, 2005 г.
5. Каплина С.А. Организация коммерческой деятельности, Р.на Д. "Феникс", 2004 г.
6. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник.- М.: Дашков и К, 2005.- 363 с. (МО РФ)
7. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник. – 9-е изд., перераб. И доп. -М.: Издательская корпорация «Дашков и К»,2006.-504 с.
8. Пелих А.С. Основы предпринимательства. Учебное пособие: Ростов-на-Дону "Феникс", 2004 г.
9. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2006. – 248с. – (Высшее образование).
10. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства, М.: "Academa", 2004 г.

Дополнительная литература:

1. Торговля товарами народного потребления. Правовой аспект – М.: Филинь, 1997.- 552 с.
2. Торговое законодательство Российской Федерации – М.: ПРИОР, 1999.
3. Алан Веллхофф, Жан-Эмиль Массон. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями. М.- 2004, 280 с
4. Вертоградов В. Управление продажами. - СПб.: Питер, 2004 г., 236 с
5. М.Г. Лапуста, Ю.Л. Старостин Малое предпринимательство. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2004 г.
6. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. - СПб.: Питер, 2004 г., 288 с.
7. Кардашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли. - М.: ЮНИТИ - 2003г., 132 с.
8. Журнал "Малое предпринимательство" № 1- 9, 2005 г.
9. Журнал "Российское предпринимательство", № 3-5, 2005 г.
10. Журнал "Маркетинг"

**Председатель предметной комиссии
по организации коммерческой
деятельности предприятий торговли
к.э.н. А.В. Артемьев**