

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ,
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**



ТВЕРЖДАЮ

**Ректор университета,
профессор**

В.И. Теплов

28 сентября 2018 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«КОМЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА
И ЕГО ФИЛИАЛЫ В 2019 г.**

Белгород 2018 г.

ВВЕДЕНИЕ

Программа предназначена для сдачи дисциплины «Коммерческая деятельность» и разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по программам бакалавриата.

Форма вступительного испытания, проводимого университетом самостоятельно, - собеседование.

Программа содержит перечень основных тем, рекомендуемых для подготовки к вступительному испытанию по дисциплине «Коммерческая деятельность».

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ, РЕКОМЕНДОВАННЫЕ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ИСПЫТАНИЮ

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1.1. Сущность, задачи и содержание коммерческой работы предприятий.

Сущность и содержание коммерческой работы в кооперативной торговле на современном этапе. Предпосылки развития коммерческой деятельности. Содержание коммерческой работы в оптовой торговле. Характеристика коммерческих операций по закупке товаров, их продаже, организации изучения спроса оптовых покупателей, проведению рекламно-информационной работы. Задачи и содержание коммерческой работы в розничной торговле. Особенности коммерческой работы по обслуживанию покупателей в розничных предприятиях, методы изучения покупательского спроса населения, договорной механизм кооперативной розничной торговли.

Роль коммерческой деятельности потребительской кооперации в повышении социально-экономической эффективности кооперативной торговли России. Направления развития и совершенствования коммерческой работы в условиях маркетинга. Организационно-технологическое совершенствование коммерческой работы оптовых и розничных предприятий. Направления развития коммерческой деятельности участников рынка.

1.2. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Сущность и содержание работы по информационному обеспечению коммерческой деятельности. Виды информационных потоков, применяемых в коммерческой деятельности. Структура информационных

потоков. Источники коммерческой информации; требования, предъявляемые к информации.

Общая характеристика коммерческой информации. Состав и характеристика коммерческой информации о мотивах покупок и покупателях. Состав, характеристика и способы получения коммерческой информации о конъюнктуре рынка. Состав, характеристика и способы получения коммерческой информации о конъюнктурной среде.

1.3. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности.

Понятие материально-технической базы и технической политики коммерческой деятельности предприятий. Инвестиции как источник развития коммерческой деятельности предприятия. Стадии формирования инвестиционной политики коммерческой деятельности предприятий.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ОПТОВЫХ ЗАКУПОК И СБЫТА ТОВАРОВ В УСЛОВИЯХ РЫНКА, ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ

2.1. Организация коммерческих связей предприятий - участников рынка.

Сущность коммерческих связей в условиях перехода к рыночной экономике. Этапы формирования коммерческих связей предприятий с другими участниками рынка. Структура коммерческих связей. Классификация коммерческих связей по срокам действия, составу участников.

Формы коммерческих связей в условиях рынка. Критерии выбора формы установления коммерческих связей предприятиями. Особенности формирования коммерческих связей на свободном оптовом рынке и на организованном оптовом рынке.

Документальное оформление коммерческих связей. Правовое регулирование коммерческих связей. Понятие о существенных условиях поставки: договаривающиеся стороны; предмет договора; цена и условия платежа; сроки исполнения обязательств; переход права собственности; обстоятельства непреодолимой силы; поручительство; гарантии, страхование, имущественная ответственность; изменение, продление, расторжение договора.

Понятие о прямых коммерческих связях. Условия перехода на прямые коммерческие связи. Состояние и совершенствование коммерческих взаимоотношений между предприятиями. Методика расчета показателей эффективности коммерческих связей с поставщиками товаров.

Организационные основы оптовых закупок товаров.

Содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров. Характеристика методов изучения и прогнозирования покупательского спроса. Особенности коммерческой работы по выявлению и изучению потенциальных источников закупки товаров.

Организация оперативного планирования закупочной работы на предприятиях кооперативной торговли. Содержание плана оптовых закупок. Материалы, используемые для оперативного планирования.

Источники поступления товаров на оптовые и розничные предприятия. Классификация источников поступления по форме установления хозяйственных связей, по способу заключения договоров, по виду рынка, по товарно-отраслевой принадлежности.

Понятие, виды и формы сделок в соответствии с Гражданским Кодексом РФ. Документальное оформление закупки товаров. Договор поставки и его значение. Содержание и порядок заключения договора, порядок его изменения и расторжения в соответствии с Гражданским Кодексом РФ. Понятие оферты и акцепта. Протокол разногласий, спецификация, разнарядка – понятие и условия оформления.

Учет и контроль поступления товаров. Использование результатов в оперативной коммерческой работе. Применение компьютерных технологий в коммерческой деятельности по учету выполнения договорных обязательств по срокам, объемам, ассортименту и качеству поставляемых товаров.

2.2. Организационные основы оптовой продажи товаров.

Сущность и содержание сбытовой деятельности предприятий в условиях рынка. Характеристика коммерческих элементов, обеспечивающих исследование и наблюдение за состоянием рынка: изучение общего состояния экономики, состояния отрасли, изучения ассортимента товаров на рынке, определение оптимальных путей сбыта, изучение влияния рекламы, изучение мотивов покупки и потребностей населения.

Характеристика коммерческих элементов, обеспечивающих собственно сбыт товаров: выбор путей сбыта, разработка договоров, определение технологии продажи, проведение оперативного учета и контроля выполнения договорных обязательств.

Характеристика коммерческих элементов, направленных на стимулирование сбыта товаров: проведение рекламно-информационной деятельности, использование личной продажи, стимулирование сбыта.

Направления развития сбытовой деятельности предприятий в рыночных условиях. Содержание коммерческой работы предприятий по оптовой продаже товаров. Виды оборота и их применение в современных условиях. Особенности складского и транзитного оборота. Порядок оформления отгрузочных разнарядок. Методы продажи товаров при складском обороте. Организация коммерческой работы по оптовой

продаже товаров в зале товарных образцов. Документальное оформление оптовой продажи товаров. Порядок учета и контроля за оптовой продажей товаров.

2.3. Формирование ассортимента товаров.

Ассортиментная политика предприятий, ее сущность и содержание, особенности в условиях рынка. Номенклатура и ассортимент товаров, классификация ассортимента товаров. Этапы формирования ассортимента товаров в условиях маркетинговой деятельности.

Факторы, определяющие построение ассортимента в розничных и оптовых предприятиях. Влияние жизненного цикла товаров на формирование ассортимента. Понятие о фазах жизненного цикла товаров.

Методы регулирования ассортимента товаров в розничной торговле: расширение ассортимента, углубление ассортимента, ограничение и упорядочение ассортимента. Показатели, характеризующие полноту и устойчивость ассортимента товаров в магазинах.

РАЗДЕЛ 3. ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗОВАННЫХ ФОРМ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

3.1. Организация биржевой торговли.

Задачи и функции товарных бирж, их роль в стабилизации рынка. Отличительные признаки товарных бирж, их отличия от других организаторов оптового оборота. Правовое регулирование биржевой торговли.

История возникновения и развития товарных бирж. Порядок создания, органы управления и структурные подразделения товарной биржи. Формирование средств товарной биржи. Функции основных структурных подразделений товарной биржи.

Правила биржевой торговли; порядок проведения биржевых торгов. Методы установления цен в ходе биржевого торга. Биржевая яма (ринг), ее функции; виды и содержание биржевых сделок. Цены биржи. Документальное оформление отношений брокеров и клиентов на бирже. Документальное оформление биржевых сделок. Порядок рассмотрения споров.

3.2. Организация работы оптовых ярмарок.

Место и роль оптовых ярмарок в условиях рыночной экономики. Организационная структура ярмарок и функции отдельных подразделений. Организация работы ярмарочных торгов. Функции центров ярмарочной торговли. Документальное оформление сделок на оптовых ярмарках.

3.3. Организация торговли на аукционах.

Понятие аукциона, задачи и функции аукционных торгов. Традиционные аукционные товарные рынки. Виды аукционов. Международные аукционы. Организационная структура аукциона. Функции структурных подразделений. Характеристика участников и покупателей на аукционе. Оформление аукционных сделок. Порядок организации и проведения аукционов. Определение финансовых и коммерческих результатов проведения аукционных торгов.

РАЗДЕЛ 4. ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1. Эффективность коммерческой деятельности.

Методика расчета показателей эффективности коммерческой деятельности. Экономическое обоснование показателей эффективности коммерческой работы предприятий потребительской кооперации на рынке товаров и услуг.

ОБЩИЕ ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительное испытание в форме собеседования проводится в соответствии с утвержденным расписанием.

В ходе вступительного испытания поступающему предлагаются вопросы из разработанного членами экзаменационных комиссий Перечня тестовых заданий, утвержденного председателем приемной комиссии университета.

Количество вопросов к собеседованию по дисциплине вступительного испытания составляет 10.

Продолжительность собеседования – 20 минут.

Процедура собеседования оформляется протоколом, в котором фиксируются вопросы к поступающему и краткий комментарий ответов на них.

Во время проведения вступительного испытания участникам запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Результат вступительного испытания, проводимого университетом самостоятельно, оценивается по 100-балльной шкале.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. О защите конкуренции [Текст] : федер. закон РФ [26 июля

- 2006 г. № 135-ФЗ (с изм.)). – Режим доступа : <http://mobileonline.garant.ru/#/document/12148517/paragraph/234791:13>
2. О защите прав потребителей [Текст] : закон РФ [7 февраля 1992 г. № 2300-1 (с изм.)]. – Режим доступа : <http://mobileonline.garant.ru/#/document/10106035/paragraph/115592:11>
3. О коммерческой тайне [Текст] : федер. закон РФ [29 июля 2004 г. № 98-ФЗ (с изм.)]. – Режим доступа : <http://mobileonline.garant.ru/#/document/12136454/paragraph/12089:8>
4. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) [Текст] : закон [19 июня 1992 г. № 3085-1 (с изм.)]. – Режим доступа : <http://mobileonline.garant.ru/#/document/10105423/paragraph/11628:15>
5. О техническом регулировании [Текст] : федер. закон [27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ (с изм.)]. – Режим доступа : <http://mobileonline.garant.ru/#/document/12129354/paragraph/157574:17>
6. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Текст] : федер. закон [27 июля 2006 г. № 149-ФЗ (с изм.)]. – Режим доступа : <http://mobileonline.garant.ru/#/document/12148555/paragraph/3471:19>
7. **Панкратов, Ф. Г.** Коммерческая деятельность [Текст] : учеб. для вузов / Ф. Г. Панкратов. – 13-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2015. – 500 с.
8. **Прушковский, Л. В.** Организация коммерческой деятельности [Текст] : задания для самостоятельной работы студентов / Л. В. Прушковский, О. А. Глазунова. – Белгород : Издательство БУКЭП, 2015. – 96 с.