

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

ПРОГРАММА

вступительного испытания в магистратуру по дисциплине

«Коммерческая деятельность»

Раздел 1. Организация коммерческой деятельности в торговле

Тема 1. Коммерческая деятельность, её сущность и содержание

Коммерция, коммерческая деятельность в рыночной экономике. Цели и задачи содержания коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения. Особенности коммерческой деятельности в рыночных условиях хозяйствования.

Тема 2. Влияние макро и микро среды на коммерческую деятельность

Сущность и содержание макросреды. Влияние макросреды на коммерческую деятельность систем государственного регулирования макросреды. Её состав и влияние на деятельность торгового предприятия и её эффективность.

Тема 3. Розничная торговля: сущность и функции. Розничные торговые сети

Место и роль розничной торговли в экономике и социальной жизни России. Принципы построения розничной торговой сети. Методы планирования развития торговой сети и размещение торговых объектов. Перспективные направления развития розничной торговой сети. Зарубежный опыт развития розничной торговли. Интеграционные процессы в торговле.

Тема 4. Организация розничной торговой сети

Розничные торговые сети: понятия, классификация, показатели структуризации, принципы размещения. Этапы развития розничных торговых сетей. Стратегии выхода розничных торговых сетей на региональные рынки. Стратегические розничные альянсы в условиях глобализации товарных рынков.

Тема 5. Бизнес-процессы в закупочной деятельности торгового предприятия

Закупочная деятельность: планирование объема поставок товаров с учетом спроса потребителей; обеспечение процесса закупок; процедура выбора поставщиков и заказа товаров; торговые сделки и товарно-денежный обмен. Закупочная стратегия. Товарная и ценовая политика торгового предприятия.

Элементы товародвижения на предприятии розничной торговли, их издержки. Источники и условия поступления товаров в торговые сети. Аутсорсинг в системе поставок.

Тема 6. Организация розничной продажи товаров

Факторы, обуславливающие процесс розничной продажи товаров. Формы продажи товаров: магазинные и внемагазинные. Методы розничной продажи товаров, их классификация, содержание операций, результативность.

Тема 7. Сервисное обслуживание

Виды услуг, их сущность и отличительные особенности. Классификация услуг. Стратегические направления развития сервиса и технологии процессов сервисного обслуживания. Управление качеством услуг.

Тема 8. Услуги розничной торговли

Формы торгового обслуживания покупателей. Классификация услуг розничной торговли и предъявляемые к ним требования.

Системы торгового обслуживания при различных формах продажи товаров. Качество торгового обслуживания. Правила продажи отдельных видов товаров. Защита прав потребителей. Оценка эффективности услуг в розничной торговле. Торговое обслуживание покупателей. Понятие услуги розничной торговли, их классификация. Система, процесс и формы (традиционные и современные) торгового обслуживания. Качество, скорость и культура торгового обслуживания. Мониторинг услуг предприятий розничной торговли на товарном рынке.

Тема 9. Мерчандайзинг в торговле

Сущность мерчандайзинга. Основные правила мерчандайзинга, их применение в розничной торговле при формировании и размещении товарного ассортимента, управление товарными запасами, организация торгового обслуживания, виртуальный мерчандайзинг. Эффективные инструменты в управлении товарными категориями.

Тема 10. 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.

Оптово-посреднические фирмы Федеральной Контрактной системы Российской Федерации, особенности организации и управления их коммерческой деятельностью.

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

Процесс формирования товарных запасов. Управление размерами товарных запасов. Оптимальные объемы запасов и наличности и методы их определения. Управление товарными запасами и их оптимизация.

Тема 11. Факторинг и его эффективность

Факторинг: сущность, содержание, анализ факторинговых схем, использование их в торговле. Методы оценки эффективности. Перспективы развития и совершенствования.

Тема 12. Стратегическое управление и выбор хозяйствующих преобразований.

Стратегическое управление коммерческо-предпринимательской структурой. Базовые стратегии коммерческо-предпринимательской деятельности. Приоритеты коммерческого предпринимательства и прогнозирование перспектив его развития. Методы управления стратегическими изменениями. Реорганизация и ликвидация предпринимательских организаций.

Тема 13. Франчайзинг и особенности его развития в торговле

Сущность франчайзинга и его развитие в торговле. Классификация франчайзинговой системы. Модели взаимодействия франчайзинговой системы. Законодательная и нормативная база. Эффективность франчайзинга. Анализ и примеры недобросовестного применения франчайзинга в торговле.

Проблемы развития и пути их решения. Зарубежный опыт и возможность его использования на рынке товаров и услуг России.

Тема 14. Факторинг и его эффективность

Факторинг: сущность, содержание, анализ факторинговых схем, использование их в торговле. Методы оценки эффективности. Перспективы развития и совершенствования.

Раздел 2. Малое предпринимательство в торговле

Тема 1. Малое предпринимательство и его роль в развитии экономики

Сущность, содержание и роль малого предпринимательства. Статус и организационно-правовые формы малых предприятий. Особенности малого предпринимательства без образования юридического лица. Особенности предприятий торговли. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства. Упрощенная форма налогообложения, учета и отчетности. Государственная поддержка малого предпринимательства. Перспективы развития малого предпринимательства.

Тема 2. Общие условия создания предприятия

Предпринимательская идея, и её воплощение в хозяйственной деятельности. Основные способы создания собственного предприятия. Этапы создания предприятия. Регистрация и лицензирование предприятия. Разработка учредительных документов. Покупка действующего предприятия. Лизинг как расширение производственных возможностей предприятия. Франчайзинг как форма организации собственного дела. Основные источники финансирования предпринимательской деятельности.

Внутрифирменное планирование предпринимательской деятельности. Сущность бизнес - планирования. Структура и содержание основных разделов бизнес-плана.

Тема 3. Бизнес-среда и оценка предпринимательского климата

Основное содержание бизнес - среды. Сущность внешней предпринимательской среды. Подсистемы внешней предпринимательской среды. Факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность. Понятие внутренней предпринимательской среды. Основные подсистемы внутренней предпринимательской среды. Рынок как среда функционирования предпринимателей. Оценка конъюнктуры основных параметров рынка.

Тема 4. Инновационные процессы и их влияние на развитие сферы торговли

Инновационные процессы на потребительском рынке. Инновационные направления развития торговли в соответствии с концепцией социально-экономического развития потребительского рынка.

Характеристика основных категорий инновационного процесса. Инновационные технологии в сфере торговли. Инновации как основа и среда совершенствования коммерческой деятельности предприятий сферы коммерции. Эффективность инновации в торговле.

Раздел 3. Логистика в коммерческой деятельности

Тема 1. Совершенствование товаропроводящих торговых систем на базе концепции логистики (особенности логистики в отраслевых сферах)

Логистический подход к организации товародвижения. Логистика и интеграционные процессы в торговле. Логистика в звеньях товародвижения. Служба логистики на предприятиях торговли. Предпосылки и проблемы развития логистики в торговле. Логистика и научно техническое развитие торговли. Эффективность применения логистики в торговле. Зарубежный опыт применения логистики в торговле.

Тема 2. Концепция логистики

Понятие, цели, задачи, объект и предмет логистики. Понятие коммерческой логистики. Концепция логистики: принцип системного подхода, конкретность логистики, научность логистики. Анализ полной стоимости в логистике. Предпосылки развития логистики: необходимость и возможность применения логистики. Эффект от использования логистики.

Понятийный аппарат логистики. Материальные, а также сопряженные с ними информационные и финансовые потоки как объект исследования и управления в логистике. Понятие логистической системы, виды логистических систем. Логистические каналы и логистические цепи.

Тема 3. Методы логистики

Общая характеристика методов решения задач в логистике.

Системный подход в логистике: определение, основные принципы системного подхода к организации материального потока.

Сравнительная характеристика классического и системного подхода к организации материального потока при решении задач коммерческой деятельности.

Моделирование процессов в логистических системах.

Дифференциация объектов управления в логистике: ABC анализ (метод Парето, метод 20/80), XYZ анализ в логистике.

Тема 4. Бенчмаркинг в торговле

Сущность бенчмаркинга. Классификация. Основные виды и характеристика. Роль бенчмаркинга в формировании стратегии коммерческой деятельности. Методические подходы в его продвижении товарными компаниями и факторы, влияющие на выбор компании. Эталон бенчмаркинга.

Тема 5. Логистика закупок

Функциональные области логистики, их характеристика и взаимосвязь.

Цели и задачи закупочной логистики, принципиальное отличие от традиционного снабжения.

Системы поставок «точно в срок»: концепция, проблемы, пути решения, эффект от внедрения в производстве, на транспорте и в торговле. Примеры функционирования систем поставок «точно в срок» в торговле.

Толкающие и тянущие системы управления материальными потоками в логистике. Информационно обеспечение процессов товародвижения.

Задача выбора поставщика в закупочной логистике. Контроль поставок. Расчет рейтинга поставщика.

Тема 6. Управление запасами

Материальные запасы, понятие, роль в логистике. Виды материальных запасов.

Двойственный характер запасов.

Определение оптимального размера заказываемой партии: формула Уилсона, расчет транспортно-заготовительных затрат и затрат на хранение запаса.

Сокращение транспортно-заготовительных расходов, как средство сокращения запасов.

Основные системы контроля состояния запасов.

Взаимосвязь управления запасами с другими функциями логистики.

Проблемы развития и пути их решения. Зарубежный опыт и возможность его использования на рынке товаров и услуг России.

Список рекомендуемой литературы по дисциплине «Коммерческая деятельность»

Нормативные акты

Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства»

Распоряжение Правительства РФ от 19.05.2009 №691-р «Об утверждении Программы развития конкуренции в Российской Федерации»

Федеральный Закон РФ «Защита прав потребителей: Разъяснения по применению «Закон о РФ «О защите прав потребителей». ИНФРА-М, 2009

Государственные стандарты:

ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения

ГОСТ Р 51305-2009 Услуги торговли. Требования к персоналу

ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли

Основная литература:

1. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление; Учебник. Ростов н/ Дону: - Феникс. 2008
2. Дашков А. П., Памбухчианц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий; Учебник. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2010
3. Киселева Е.Н., Буданова О.Г. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения – М.: Вузовский учебник, 2008
4. Климин А. И. Стимулирование продаж - М: Вершина, 2007
5. Колесников В. Построение франчайзингового бизнеса. Курс для правообладателей и пользователей франшиз. С.-П.: Питер, 2008. - 288 с.
6. Кузнецов И.Н. Бизнес-безопасность. – М.: Дашков и Ко, 2010. - 416 с.
7. Метелев С.Е., Бирюков В.В., Власенко О.В., Метелев И.С. Коммерческое предпринимательство – М.: ЗАО «Издательство Экономика», 2008
8. Минько Е.В., Минько А.Е. Основы коммерции – М.: ЮНИКИ, 2007
9. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник. Изд. 8-е, перераб. и доп. - М: Дашков, 2008
10. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. – М.: ИНФРА – М, 2009
11. Рйдер Р. Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли. – М.: Стандарты и качество, 2009

Дополнительная литература:

12. Волгин В.В. Склад. Организация и управление: Практическое пособие. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2009
13. Ключкова М. С., Логинова Е. Ю., Якорева А. С. Мерчандайзинг – М.: Дашков и Ко, 2008
14. Кондрашов В.М. Управление продажами Учебное пособие для вузов "Юнити" 2009
15. Малашенко Н. П. Маркетинг на потребительском рынке – М.: Омега-Л, 2008

Ссылки на интернет – ресурсы:

- <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей;
- <http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;
- <http://www.garant.ru> - Гарант;
- <http://www.nta-rus.ru> - Национальная торговая ассоциация;
- <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
- <http://www.repress.ru> - Российская торговля;
- <http://www.torgrus.ru> - Новости и технологии торгового бизнеса;
- <http://www.modul-ek.ru> – Торговое оборудование;
- <http://www.torg.spb.ru> – Торговля и ресторанный бизнес.

**Председатель предметной
комиссии по дисциплине
«Коммерческая деятельность»
к.т.н., проф. Г.Я. Резго**