

Минский филиал учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Цикловая комиссия коммерческой деятельности, маркетинга и менеджмента

## **КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

### **ДОМАШНЯЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

для учащихся заочной формы получения образования

специальности Коммерческая деятельность (товароведение) 2-250110-02  
специализации 2-250110-02 35 Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров

2-250110-02 33 Товароведение непродовольственных товаров

2-250110-02 32 Товароведение продовольственных товаров

Контрольная работа составлена в соответствии с программой, утвержденной Министерством образования Республики Беларусь 30.04.09г.

Минск 2017

Автор: Томило С.В.- преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрено на заседании цикловой  
комиссии коммерческой деятельности, маркетинга и менеджмента  
Протокол № 2 от « 02 » сентября 2017 г.  
Председатель цикловой комиссии Томило С.В.

## Содержание

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Пояснительная записка.....                                                       | 4  |
| 2. Общие методические рекомендации по выполнению контрольной работы. ...            | 5  |
| 3. Варианты контрольной работы.....                                                 | 7  |
| 4. Задания контрольной работы.....                                                  | 8  |
| 5. Методические рекомендации по выполнению задания практического<br>характера. .... | 22 |
| 6. Программа дисциплины.....                                                        | 25 |
| 7. Вопросы для подготовки к экзамену.....                                           | 36 |
| 8. Краткий словарь терминов.....                                                    | 40 |
| 9. Литература.....                                                                  | 48 |

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Коммерческая деятельность» изучается учащимися специальности Коммерческая деятельность и призвана содействовать формированию специалистов, способных осуществить свою деятельность в условиях рыночной экономики.

Цель учебной дисциплины – ознакомить учащихся с процессами, совершаемыми при обмене, купле-продаже товаров, дать знания о методах и подходах организации коммерческих операций, особенностях их подготовки, оформления, этапах исполнения и эффективности их применения.

Задачами учебной дисциплины являются: обучить учащихся анализировать и объективно оценивать уровень коммерческой работы, выявлять факторы, влияющие на неё, и умело использовать их при принятии коммерческих решений; привить практические навыки осуществления коммерческих операций, документального их оформления.

В результате изучения учебной дисциплины учащиеся должны быть готовы для выполнения следующих профессиональных функций:

- участвовать в подготовке проектов договоров с поставщиками товаров;
- участвовать в подготовке коммерческих предложений и проектов договоров с покупателями;
- участвовать в проведении маркетинговых мероприятий;
- осуществлять учет и контроль за ходом выполнения договорных обязательств по приобретению и реализации товаров и услуг, оформлять документы, связанные с их поставкой;
- участвовать в осуществлении экономического анализа коммерческой деятельности организации или ее структурного подразделения, подготовки оперативной, статистической отчетности;
- участвовать в подготовке материалов по разрешению хозяйственных споров;
- участвовать в подготовке и формированию баз данных экономической информации;
- участвовать в разработке и внедрении мероприятий по обеспечению режима экономии;

## **ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Контрольная работа по учебной дисциплине «Коммерческая деятельность» выполняется учащимися заочниками по специальности 2-250110-02 «Коммерческая деятельность» (товароведение) специализации:

2-25 01 10-02 32 «Товароведение продовольственных товаров»;

2-25 01 10-02 33 «Товароведение непродовольственных товаров»;

2-25 01 10-02 35 «Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров»

В соответствии с учебным планом учащиеся заочной формы получения образования выполняют домашнюю контрольную работу и по результатам изучения материала сдают экзамен.

Контрольная работа состоит из четырех заданий. Задание 1,2,3 - носит теоретический характер. При ответе на теоретический вопрос учащимся необходимо знание программного материала увязать с практической деятельностью. Объем ответа должен быть не более трех страниц.

Задание 4 – решение ситуаций по определению потребности в товарах; разработке условий договора поставки, имущественной ответственности, по формированию ассортимента товаров и стимулированию сбыта в оптовой и розничной торговле.

Контрольная работа выполнена по вариантам. Вариант контрольной работы определяется по таблице в зависимости от двух последних цифр номера шифра.

Например, шифр учащегося-заочника КТЗ-112-09. Число 09 означает год зачисления в колледж, 112 – номер шифра, где последние две цифры –12 – определяют вариант контрольной работы с заданиями (23,33,39,60).

Контрольная работа выполняется в обычной ученической тетради, страницы которой нумеруются. Если тетрадь в клетку, то писать следует через клетку, иначе затрудняется проверка работы преподавателем. Допускается компьютерное оформление контрольной работы (не более 10-12 листов компьютерного текста; размер шрифта 14, межстрочечный интервал 1,5; формат бумаги А4).

Работа должна быть выполнена аккуратно, четким, разборчивым почерком. Сокращение слов в тексте не допускается. Писать работу рекомендуется чернилами одного цвета.

На каждой странице тетради необходимо оставлять поля шириной 4-5 см для замечаний преподавателя, а для рецензии (заключения) преподавателя – 2-3 свободные (оставшиеся или вложенные) страницы в конце тетради (вложенные листы должны быть закреплены).

Ответ на вопрос дается после приведения его точной формулировки. Решение ситуаций необходимо сопровождать пояснениями, соответствующими выводами.

На обложке тетради должен быть наклеен специальный бланк. На нем указывается: фамилия, имя и отчество учащегося, шифр, наименование учебной дисциплины в строгом соответствии с учебным планом, номер контрольной работы, номер варианта, место работы и занимаемая должность.

В конце работы указывается перечень использованной литературы в том порядке, в каком она приведена в контрольной работе. Затем ставится дата выполнения работы и подпись учащегося (подпись должна быть разборчивой).

При использовании электронных публикаций в Интернете необходимо указать:

Фамилия(и) И.О. автора(ов). Основное заглавие [Электрон.ресурс]: Уточняющее заглавие. - Место издания, дата. – Режим доступа:

Заочная форма обучения предполагает самостоятельную работу над темами курса в соответствии с перечнем теоретических вопросов.

## КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ВЫПОЛНЕНИЯ ДОМАШНЕЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

### Оценка «зачтено»

Работа выполнена с соблюдением требований к оформлению и содержанию изложенных в письменных рекомендациях, с которыми учащиеся знакомятся на установочных занятиях и консультациях.

Теоретические вопросы изложены в полном объеме, строго по существу поставленного вопроса, приведены примеры из практической работы учащегося.

Допускается 2-3 несущественных ошибки.

В практическом вопросе демонстрируется знание основных документов и теоретического материала, умение анализировать, доказывать, делать выводы, уметь увязывать их со своей практической деятельностью непосредственно в торговом предприятии.

### Оценка «не зачтено»

Теоретический материал раскрыт поверхностно с отклонением от темы вопроса, или не соответствует установленному варианту. Нет логики изложения материала.

Приведен материал из устаревших документов, не увязан с торговой практикой.

Допущены грубые ошибки при решении практических ситуаций или ситуация не решена.

Нарушены требования к оформлению контрольной работы, не указан список рекомендуемой литературы, работа написана неграмотно, оформлена неаккуратно.

## ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

|   |                              |
|---|------------------------------|
| Б | Последняя цифра номера шифра |
|---|------------------------------|

| <b>A</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> | <b>7</b> | <b>8</b> | <b>9</b> |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>0</b> | 2        | 3        | 1        | 4        | 6        | 5        | 10       | 9        | 7        | 8        |
|          | 21       | 22       | 23       | 24       | 25       | 26       | 27       | 28       | 29       | 30       |
|          | 39       | 40       | 41       | 42       | 37       | 43       | 44       | 45       | 46       | 47       |
|          | 48       | 49       | 50       | 51       | 52       | 53       | 54       | 55       | 56       | 57       |
| <b>1</b> | 12       | 20       | 23       | 25       | 11       | 14       | 16       | 17       | 19       | 18       |
|          | 31       | 32       | 33       | 34       | 35       | 36       | 21       | 22       | 23       | 24       |
|          | 37       | 38       | 39       | 40       | 41       | 42       | 43       | 44       | 45       | 46       |
|          | 58       | 59       | 60       | 61       | 62       | 63       | 64       | 65       | 66       | 48       |
| <b>2</b> | 18       | 17       | 20       | 19       | 16       | 12       | 15       | 11       | 14       | 13       |
|          | 25       | 26       | 27       | 28       | 29       | 30       | 31       | 32       | 33       | 34       |
|          | 47       | 40       | 41       | 37       | 38       | 39       | 42       | 43       | 44       | 45       |
|          | 49       | 50       | 51       | 52       | 53       | 54       | 55       | 56       | 57       | 58       |
| <b>3</b> | 9        | 51       | 2        | 8        | 3        | 7        | 4        | 10       | 5        | 6        |
|          | 35       | 36       | 22       | 21       | 23       | 24       | 25       | 26       | 27       | 28       |
|          | 46       | 47       | 37       | 38       | 39       | 40       | 41       | 42       | 43       | 44       |
|          | 59       | 60       | 61       | 62       | 63       | 64       | 65       | 66       | 48       | 49       |
| <b>4</b> | 13       | 12       | 14       | 11       | 20       | 15       | 17       | 16       | 18       | 19       |
|          | 29       | 30       | 31       | 32       | 33       | 34       | 35       | 36       | 21       | 32       |
|          | 45       | 46       | 47       | 44       | 43       | 42       | 40       | 41       | 37       | 38       |
|          | 50       | 51       | 52       | 53       | 54       | 55       | 56       | 57       | 58       | 59       |
| <b>5</b> | 1        | 2        | 3        | 4        | 5        | 6        | 7        | 8        | 9        | 10       |
|          | 24       | 23       | 25       | 26       | 27       | 28       | 29       | 30       | 31       | 32       |
|          | 39       | 40       | 41       | 43       | 42       | 44       | 45       | 46       | 47       | 37       |
|          | 60       | 61       | 62       | 63       | 64       | 65       | 66       | 48       | 49       | 50       |
| <b>6</b> | 11       | 12       | 13       | 14       | 15       | 16       | 17       | 18       | 19       | 20       |
|          | 33       | 34       | 35       | 36       | 21       | 22       | 23       | 24       | 25       | 26       |
|          | 38       | 47       | 46       | 45       | 41       | 42       | 43       | 44       | 39       | 40       |
|          | 51       | 52       | 53       | 54       | 55       | 56       | 57       | 58       | 59       | 60       |
| <b>7</b> | 15       | 20       | 18       | 19       | 16       | 17       | 14       | 13       | 11       | 12       |
|          | 27       | 28       | 29       | 30       | 31       | 32       | 33       | 34       | 35       | 36       |
|          | 40       | 41       | 42       | 37       | 38       | 39       | 40       | 41       | 42       | 43       |
|          | 61       | 62       | 63       | 64       | 65       | 66       | 48       | 49       | 50       | 51       |
| <b>8</b> | 5        | 10       | 17       | 3        | 4        | 1        | 2        | 6        | 8        | 9        |
|          | 21       | 22       | 23       | 24       | 25       | 26       | 27       | 28       | 29       | 30       |
|          | 44       | 45       | 46       | 47       | 40       | 41       | 42       | 43       | 38       | 39       |
|          | 52       | 53       | 54       | 55       | 56       | 57       | 58       | 59       | 60       | 61       |
| <b>9</b> | 20       | 19       | 16       | 18       | 17       | 15       | 12       | 14       | 11       | 13       |
|          | 31       | 32       | 33       | 34       | 35       | 36       | 21       | 22       | 23       | 24       |
|          | 45       | 44       | 46       | 47       | 38       | 42       | 41       | 39       | 40       | 37       |
|          | 62       | 63       | 64       | 65       | 66       | 48       | 49       | 50       | 51       | 52       |

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

### *ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ*

### ***Тема №1 Сущность и содержание коммерческой деятельности***

1. Дайте понятие о коммерческой деятельности. Сформулируйте принципы коммерческой деятельности. Предложите направления совершенствования коммерческой деятельности на современном этапе.
2. Дайте понятие об объектах и субъектах коммерческой деятельности. Охарактеризуйте элементы, отражающие содержание коммерческой деятельности.
3. Изложите должностные обязанности товароведа. Подберите личностные и профессиональные качества, которыми должен обладать коммерческий работник.

### ***Тема №2 Коммерческая информация***

4. Дайте понятие о коммерческой информации. Опишите виды и источники коммерческой информации, требования, предъявляемые к ней.
5. Охарактеризуйте комплексное исследование рынка по следующим направлениям:
  - изучение покупателей и мотивов покупок;
  - изучение требований рынка к товару;
  - изучение конъюнктуры рынка;
  - исследование конкурентной среды и конкурентов;
  - изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентоспособности.
6. Дайте определение понятию «коммерческая тайна». Опишите способы и меры ее защиты. Предложите виды коммерческой информации торгового объекта, которые требуют защиты.

### ***Тема №3 Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры торговли***

7. Дайте определение понятию «спрос», перечислите факторы, влияющие на спрос. Охарактеризуйте стадии жизненного цикла спроса.
8. Укажите цели и задачи изучения спроса в розничной торговле. Охарактеризуйте методы комплексного изучения информации о спросе: выставки-продажи, покупательские конференции, анкетные опросы.
9. Дайте определение понятию «конъюнктура торговли». Проанализируйте факторы, влияющие на конъюнктуру торговли. Обоснуйте, в каком случае потребительский рынок можно считать сбалансированным.

### ***Тема №4 Формирование товарных ресурсов и ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле***

10. Дайте определение понятию «товарные ресурсы». Опишите факторы, влияющие на формирование товарных ресурсов. Приведите примеры источников формирования товарных ресурсов в торговой организации по месту работы.
11. Дайте определение понятию «потребность в товарах». Опишите источники информации, требуемой для расчета количества товаров. Предложите методы, которые может применять товаровед для определения потребности в товарах.
12. Дайте классификацию поставщиков товаров. Опишите основные критерии выбора поставщиков. Приведите примеры брендовых отечественных поставщиков, которым отдают предпочтение при осуществлении закупок товаров.
13. Дайте понятие о торговом ассортименте. Укажите факторы, определяющие построение торгового ассортимента. Охарактеризуйте показатели, состояния ассортимента товаров магазина (широта, глубина, структура, полнота, обновляемость, рентабельность).
14. Охарактеризуйте принципы построения и этапы формирования ассортимента товаров магазина.
15. Дайте понятие об ассортименте перечне товаров. Охарактеризуйте порядок его разработки и утверждения. Укажите, кто осуществляет контроль за состоянием ассортимента товаров в магазине по месту работы.
16. Охарактеризуйте современные подходы к формированию ассортиментной модели магазина (рентабельность, оптимизация структуры ассортимента, образ товара, жизненный цикл товара, ассортиментная матрица).

#### ***Тема №5 Организация хозяйственных связей по поставкам товаров***

17. Дайте определение понятию «хозяйственные связи». Сформулируйте признаки классификации хозяйственных связей. Обоснуйте схемы хозяйственных связей, которые будут наиболее рациональными при поставке товаров. Перечислите виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности.
18. Перечислите виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности. Охарактеризуйте документы, регулирующие хозяйственные связи по поставке товаров в Республике Беларусь.
19. Дайте определение понятию «хозяйственный договор». Приложите и охарактеризуйте договор купли-продажи, применяемый в торговой организации по месту работы.
20. Дайте понятие о договоре поставки. Охарактеризуйте существенные условия договора поставки (наименование, количество, ассортимент, качество, комплектность, цена). Приложите договор поставки.
21. Укажите значение и отличительные признаки договора поставки, охарактеризуйте его структуру (приложите договор поставки).

#### ***Тема №6 Организация закупочной работы***

22. Дайте понятие об оптовых закупках товаров. Опишите значение и этапы закупочной работы.
23. Перечислите этапы договорной работы. Объясните порядок подготовки к заключению договора поставки. Обоснуйте ответственность коммерческого работника за содержание условий договора.
24. Перечислите способы заключения договоров. Охарактеризуйте порядок заключения договора поставки путем переписки. Обоснуйте действия коммерческого работника, если он не согласен с условиями поставки.
25. Охарактеризуйте порядок изменения и расторжения договора поставки. Предложите коммерческие решения, которые должен принять товаровед по результатам оперативного учета исполнения договоров.
26. Укажите в чем значение учета и контроля исполнения договорных обязательств. Охарактеризуйте направления, по которым осуществляется анализ выполнения договорных обязательств.
27. Укажите обязательства поставщика и покупателя при исполнении договоров поставки. Обоснуйте, какую имущественную ответственность несут стороны при нарушении договорных обязательств.
28. Перечислите документы, применяемые при исполнении договора поставки. Опишите содержание реквизитов товарно-транспортной накладной.
29. Охарактеризуйте порядок заключения договоров на оптовой ярмарке. Ее задачи и функции.
30. Назовите отличительные признаки биржевой торговли. Порядок проведения торгов на Белорусской универсальной товарной бирже по секции промышленных и потребительских товаров.
31. Дайте понятие оптовая ярмарка. Охарактеризуйте порядок подготовки и проведения ярмарки.
32. Дайте понятие о товарной бирже. Опишите виды биржевых сделок.
33. Организация коммерческих операций на аукционах: понятие аукциона, подготовка аукциона, предварительный просмотр товаров, аукционные торги.
34. Дайте понятие «тендер». Охарактеризуйте порядок подготовки и проведения тендера.

***Тема №7 Коммерческая работа по продаже товаров. Реклама и стимулирование сбыта***

35. Дайте понятие оптовой торговли. Охарактеризуйте функции и задачи оптовой торговли на современном этапе.
36. Укажите содержание работы по оптовой продаже товаров. Охарактеризуйте организацию хозяйственных связей по оптовой продаже товаров.
37. Перечислите методы оптовой продажи товаров при складском обороте. Опишите продажу товаров через мелкооптовые магазины-склады.
38. Охарактеризуйте содержание коммерческой работы в розничной торговле.

39. Охарактеризуйте сущность и цели коммерческой деятельности по стимулированию продаж. Приведите примеры неценовых и ценовых средств стимулирования продаж в торговом объекте по месту работы.
40. Дайте понятие определению «мерчендайзинг» Укажите цели и основные инструменты мерчендайзинга.
41. Охарактеризуйте содержание законов мерчендайзинга (запаса, расположения, представления).
42. Охарактеризуйте внешнее и внутреннее оформление торгового объекта по месту работы. Укажите средства современной рекламы, применяемые в вашем торговом объекте.
43. Дайте понятие торговая услуга и сервис в розничной торговле. Приведите примеры услуг, оказываемых в вашем торговом объекте.
44. Управление товарными запасами: нормирование, оперативный учет и контроль, регулирование.

***Тема №8 Влияние коммерческой деятельности на конечные  
результаты работы организации***

45. Охарактеризуйте систему показателей эффективности коммерческой деятельности.
46. Коммерческий риск: понятие; факторы, порождающие риск; виды рисков и способы их уменьшения.
47. Перечислите коммерческие операции, непосредственно приносящие доходы и косвенно влияющие на получение дохода. Охарактеризуйте факторы коммерческого успеха.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

48. На торговом объекте замедлилась товарооборотчиваемость рыбных консервов, образовались сверхнормативные товарные запасы. Примите конкретные коммерческие решения по ускорению реализации этих товаров.
49. Рассчитайте потребность в сливочном масле для района на предстоящий год, если численность населения района в отчетном году составила 38 тыс. человек, из них:

взрослое население, % - 64,0;  
 дети от 7 до 14 лет, % - 24,0;  
 дети до 7 лет, % - 12,0.

*Примечание.* Министерством здравоохранения РБ предусматриваются следующие среднесуточные нормы питания на отдельные продукты (г/день):

|                 | Для взрослого населения | Дети до 7 лет | Дети от 7 до 14 лет |
|-----------------|-------------------------|---------------|---------------------|
| Масло сливочное | 40                      | 30            | 35                  |

50. В универсаме сложилась неблагоприятная конъюнктура по торговле плодоовощной консервной продукцией. Перечислите возможные факторы, которые повлияли на конъюнктуру торговли и наметьте мероприятия по повышению конъюнктуры торговли.
51. Составьте раздел договора «Количество и ассортимент товаров». Какие основные требования предъявляются к этому разделу договора поставки? Приложите спецификацию к договору.
52. Составьте раздел договора «Качество товаров, порядок приемки» между ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков» и ТП ООО «Брест». Изложите в нем основные требования к поставщику, защищающие интересы покупателя.
53. При составлении договора поставки товаров народного потребления необходимо соблюдать экономический интерес сторон (покупателя и поставщика). Одним из основных разделов этого договора являются цены на товары. Сформулируйте условия договора относительно цен, соблюдая паритетность сторон. При этом ссылайтесь на основные нормативные документы, действующие в РБ.
54. Сформулируйте требования к разделу «Порядок расчетов» при составлении договора поставки. Какую имущественную ответственность за нарушение порядка расчетов между торговыми партнерами следует предусмотреть в договоре?
55. Коммерческой службе необходимо заключить договор на поставку пива с местным заводом-поставщиком этого товара. Сформулируйте требования к Поставщику относительно тары, упаковки и способа доставки товара, которые вы включили бы в договор поставки.
56. Товароведу торгового объекта необходимо заключить договор с хлебозаводом. Какие условия необходимо предусмотреть в договоре?
57. Поставщик отгрузил товары досрочно. Вам предлагается принять решения:
- 1) Правомерны ли действия Поставщика и следует ли эти товары оплатить?

- 2) Если Вы решили принять товар, поставленный досрочно, то когда, по вашему мнению, следует его оплатить и каким образом засчитать выполнение обязательств по договору?
58. Ваш Поставщик – ОАО «Боримак» нарушил условия договора поставки по ассортименту в 3 квартале текущего года. Поставщик обязуется заменить ассортимент и просит не предъявлять санкции за нарушение договора. Удовлетворите ли вы просьбу Поставщика? В каком ассортименте должно быть произведено выполнение недопоставленного количества товаров? Примите коммерческое решение.
59. В соответствии с договором поставки между Молодечненским пищевым комбинатом и Вилейским райпо Покупатель обязан производить оплату за товар в течение 10 банковских дней с момента поступления товаров. Покупатель более двух раз не оплатил товар. Поставщик вначале перевел его на предварительную оплату, а затем в одностороннем порядке отказался от исполнения договора. Правомерны ли действия Поставщика?
60. Товаровед ЧУП «Слуцкая универсальная база ОПС» закупила масло растительное у торгово-посреднической фирмы. укажите возможные риски, которые могут возникнуть при закупке товаров. Что следует предусмотреть коммерческому работнику для снижения степени риска?
61. Обоснуйте права Покупателя если Поставщик поставил некомплектный товар. Определите сумму штрафных санкций со ссылкой на положение о поставках товаров РБ, если Поставщик поставил Покупателю некомплектный товар на сумму 620 у.е.
62. Проанализируйте договор поставки конкретного предприятия (организации). При анализе договора укажите:
  - 1) вид договора поставки по ведомственной подчиненности: межсистемный, внутрисистемный;
  - 2) срок действия договора поставки;
  - 3) место заключения договора поставки: на оптовой ярмарке, вне ярмарки, на товарной бирже и т.д.;
  - 4) стороны договора поставки;
  - 5) структуру договора поставки;
  - 6) наличие обязательных условий договора поставки;
  - 7) имущественную ответственность сторон и порядок урегулирования спорных вопросов;
  - 8) выгодные и невыгодные условия договора поставки с точки зрения коммерческой службы предприятия и конечных потребителей.
 Кроме того, желательно приложить другие документы, которые оформляются при заключении договора поставки: спецификацию, протокол разногласий (согласования), протокол согласования цен и др.
63. Компания «Техноинторг» представляет на белорусском рынке серию моющих и чистящих средств. Но фирменная стойка этой компании использовалась под бренд другой продукции, а POS – материалы размещались не вместе продажи этих товаров.

Какие нарушены правила размещения рекламных материалов?

Как это повлияет на стимулирование сбыта?

64. Подберите для каждой целевой аудитории (молодежь, средний возраст, кому за 40) принципы визуального мерчендайзинга:

- Современные элегантные образцы по средним ценам на видные места.

Отсутствие экстремальных образцов поблизости, недешевая отделка магазина, квалифицированный обученный персонал, полная информация на ценниках.

- Классические и солидные образцы вперед, цена премиум, премиум +, квалифицированный обученный персонал, обязательные ценники, упор на страны-производители, отсутствие суеты, скоплений народа, очередей.

- Яркие броские недорогие образцы на видное место, наличие современной музыки, фотогеничные общительные продавцы и продавщицы, акцент на бренды, а не на состав и др. технические детали.

65. Выполните тест по теме: «Коммерческая работа по оптовой продаже товаров».

| Выберите один правильный ответ                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Понятие «оптовый» товарооборот означает продажу товаров:                                                             | 1. Крупными партиями.<br>2. Торговым предприятиям.<br>3. Торговым предприятиям или оптовым посредникам для последующей перепродажи.                                                                                                                                                    |
| 2. Розничная продажа отличается от оптовой:                                                                             | 1. Нет отличий.<br>2. Продажей товаров мелкими партиями.<br>3. Продажей товаров населению для личного потребления.                                                                                                                                                                     |
| 3. Основанием для транзитной отгрузки товаров является:                                                                 | 1. Решение поставщика.<br>2. Решение покупателя.<br>3. Наряд или разнарядка покупателя, направленная поставщику.                                                                                                                                                                       |
| 4. Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:                                                             | 1. От поставщика-изготовителя.<br>2. Непосредственно в магазины.<br>3. Поставщиком без завоза товаров на свои склады.                                                                                                                                                                  |
| 5. Ранжируйте в логическом порядке составные части коммерческой работы по оптовой продаже товаров:                      | 1. Установление хозяйственных связей с поставщиками товаров.<br>2. Рекламно-информационную деятельность.<br>3. Организация и технология оптовой продажи товаров.<br>4. Нахождение оптовых покупателей товаров.<br>5. Организация учета и контроля выполнения договоров с покупателями. |
| 6. предложите перечень документов которые необходимо проверить индивидуального предпринимателя при заключении договора. |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

66. Рассчитайте коэффициенты полноты и устойчивости ассортимента используя следующие данные

| Товарная группа       | Ассортимент товаров (количество разновидностей) |             |             |             |             |
|-----------------------|-------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                       | По перечню                                      | На 20.02.09 | На 01.03.09 | На 10.03.09 | На 20.03.09 |
| Молочная продукция    | 3                                               | 58          | 64          | 57          | 62          |
| Мясо и полуфабрикаты  | 2                                               | 18          | 22          | 20          | 22          |
| Хлебобулочные изделия | 15                                              | 46          | 48          | 50          | 46          |
| Колбасные изделия     | 6                                               | 36          | 34          | 30          | 30          |
| Кондитерские изделия  | 20                                              | 40          | 42          | 40          | 44          |

Расчет коэффициентов полноты и устойчивости оформите в таблице.

| Товарная группа       | Коэффициент полноты ассортимента |             |             |             |                                       |
|-----------------------|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------------------|
|                       | на 20.02.09                      | на 01.03.09 | на 10.03.09 | на 20.03.09 | Коэффициент устойчивости ассортимента |
| Молочная продукция    |                                  |             |             |             |                                       |
| Мясо и полуфабрикаты  |                                  |             |             |             |                                       |
| Хлебобулочные изделия |                                  |             |             |             |                                       |
| Колбасные изделия     |                                  |             |             |             |                                       |
| Кондитерские изделия  |                                  |             |             |             |                                       |

Сделайте вывод о целесообразности применения разработанного коммерческим отделом ассортиментного перечня в данном торговом объекте.

## Темы дисциплины для самостоятельного изучения учащимися в межсессионный период

1. Должностные характеристики работников торгового (коммерческого) отдела (для изучения данного вопроса использовать должностную инструкцию товароведа).
2. Понятие о коммерческой информации, источники информации, требования, предъявляемые к ней [3 с. 34-39]
3. Методы оптовой продажи товаров при складском обороте [3 с. 153-155]
4. Стимулирование сбыта товаров [3 с. 291-294]
5. Услуги и сервис в розничной торговле [3 с. 329-335]
6. Внеярмарочная форма оптовых закупок [3 с. 162, 124-127]
7. Факторы коммерческого успеха [3 с. 22-23]

По изученным вопросам оформить записи в конспекте в соответствии с прилагаемой схемой.

### 2. Информационное обеспечение коммерческой деятельности

Коммерческая информация – это ...

По источникам возникновения

|                                                 |                         |                                 |
|-------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| Нормативная, правовая и нормативно-правовая ... | Учетно-аналитическая... | Распорядительного характера ... |
|-------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|

По направлению движения информационных потоков

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

По предметам коммерческой деятельности

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

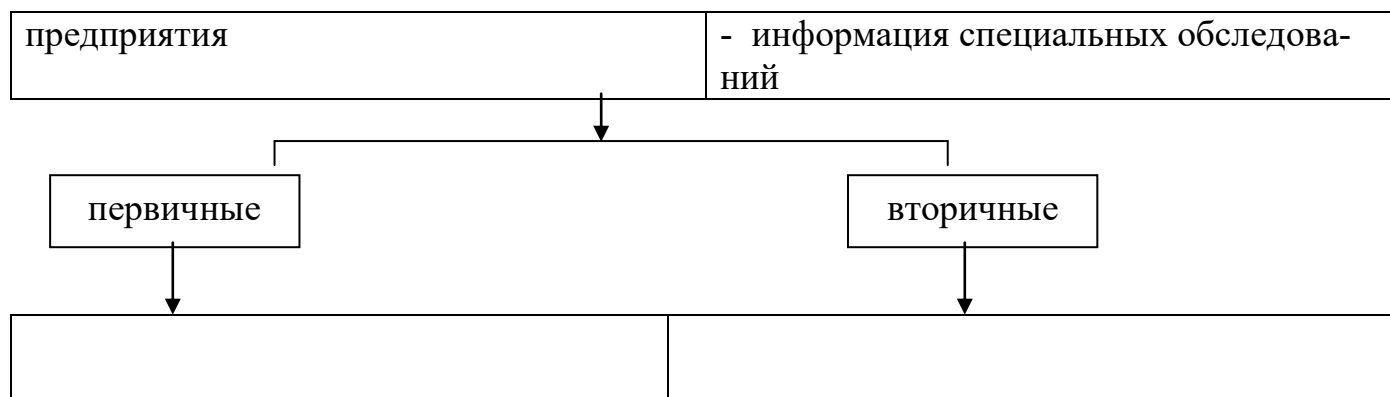
По степени доступности

|                  |          |
|------------------|----------|
| Конфиденциальная | Открытая |
|------------------|----------|

Источники получения информации



|                                                                                                              |                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - данные статистической и бухгалтерской отчетности торговых предприятий;<br>- личные наблюдения специалистов | - данные государственной статистики;<br>- данные периодической печати;<br>- консультация специалистов; |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|



Информация, полученная при комплексном изучении рынка должна быть

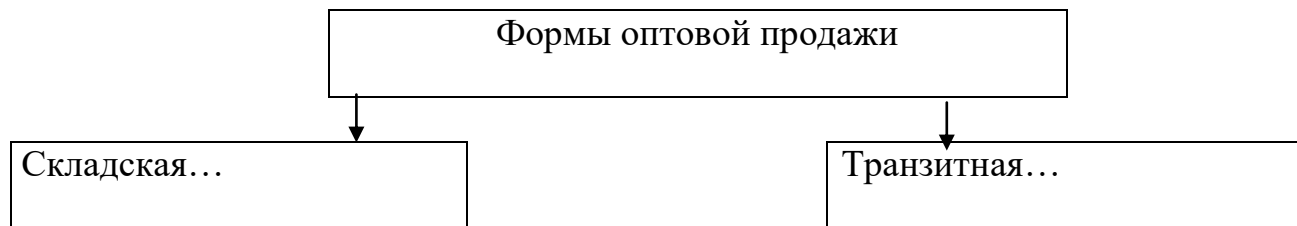
---



---

| Содержание работы по информационному обеспечению коммерческой деятельности              |                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Изучение покупателей и мотивов покупок                                                  | - - Это требования к потребительским свойствам товаров, технико-экономическим показателям, цене, обратить внимание на соотношение качества и цены, конкурентоспособность товара, престижность товара (известность товарного знака, марки, фирмы). |
| Изучение требований рынка к товару                                                      | -                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Изучение конъюнктуры рынка                                                              | -                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Изучение конкурентной среды и конкурентов                                               | -                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Информация о потенциальных возможностях торговой организации и ее конкурентоспособности | -                                                                                                                                                                                                                                                 |

### 3. Методы оптовой продажи товаров при складском обороте



Оперативное выполнение договоров с покупателями осуществляется при складской форме продажи следующими методами:

|   |
|---|
| - |
| - |
| - |
| - |

Преимущества транзитной формы оптовой продажи по сравнению со складской:

|   |
|---|
| - |
| - |
| - |

### 4. Стимулирование сбыта товаров

Стимулирование продаж – это...

В зависимости от назначения средства стимулирования могут быть:

|   |   |
|---|---|
| ↓ | ↓ |
|   |   |

## Цели стимулирования продажи товаров

| Стратегические                                                                  | Специфические                                                                                       | Разовые                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> |

## Средства стимулирования продаж в розничной торговле



### Неценовые

|                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



### Ценовые

|  |
|--|
|  |
|--|



## 6. Внеярмарочная форма оптовых закупок

Внеярмарочная форма оптовой торговли целесообразна в том случае, если...

Способы заключения договоров:

|                                                          |  |
|----------------------------------------------------------|--|
| - Заключение договоров поставки по переписке             |  |
| - Заключение путем обмена телеграммами, факсами          |  |
| - Заключение посредством личных контактов на переговорах |  |

## 8. Факторы коммерческого успеха

| Факторы коммерческого успеха                                                        |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|---|--|---|--|
| →                                                                                   | <table> <tr> <th colspan="2">Состояние МТБ торговой организации</th></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> </table>                                                  | Состояние МТБ торговой организации                                                  |  | - |  | - |  |
| Состояние МТБ торговой организации                                                  |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| →                                                                                   | <table> <tr> <th colspan="2">Финансовые факторы</th></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> </table>                                                                  | Финансовые факторы                                                                  |  | - |  | - |  |
| Финансовые факторы                                                                  |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| →                                                                                   | <table> <tr> <th colspan="2">Кадровый потенциал</th></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> </table>                                                                  | Кадровый потенциал                                                                  |  | - |  | - |  |
| Кадровый потенциал                                                                  |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| →                                                                                   | <table> <tr> <th colspan="2">Организационные факторы</th></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> </table>                                                             | Организационные факторы                                                             |  | - |  | - |  |
| Организационные факторы                                                             |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| →                                                                                   | <table> <tr> <th colspan="2">Факторы, влияющие на результативность хозяйственных взаимоотношений субъектов рынка</th></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> <tr> <td>-</td><td></td></tr> </table> | Факторы, влияющие на результативность хозяйственных взаимоотношений субъектов рынка |  | - |  | - |  |
| Факторы, влияющие на результативность хозяйственных взаимоотношений субъектов рынка |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |
| -                                                                                   |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |  |   |  |   |  |

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

48. Коммерческий аппарат торгового предприятия должен уметь анализировать товарные запасы, ассортимент товаров, принимать рациональное решение для оптимизации товарных запасов. Для решения ситуации рекомендуется использовать следующий литературный источник.

*[З с. 59-62, 157-160]*

49. Для выполнения задания необходимо изучить методы определения потребности в товарах (балансовый, нормативный, экстраполяции, коэффициента эластичности).

*[Зс. 148-149]*

50. Для выполнения задания необходимо изучить информацию о конъюнктуре торговли.

*[З с. 43-51]*

*Консультация в кабинете  
«Конъюнктура торговли».*

51-56. В хозяйственной деятельности торговой организации договор поставки оформляется путем составления документа, который определяет права и обязанности сторон по поставке товаров. Поэтому к его составлению и оформлению предъявляются определенные требования, которые должны соответствовать действующим нормативным актам. Вам необходимо составить в соответствии с ситуацией конкретное условие договора поставки. Желательно, чтобы к выполнению задания Вы изучили тему «Договор поставки, его содержание». Можно использовать договоры по месту работы.

*[З с. 128-137]*

*Консультация в кабинете по теме:  
«Содержание договора поставки».*

*Положение о поставках товаров в РБ.*

57-59. Четкое и неуклонное исполнение договорных обязательств является необходимым условием эффективной договорной работы. Невыполнение партнерами по договору принятых на себя обязательств влечет за собой нарушение хозяйственных связей, отражается на финансовом состоянии предприятия, доходах коллективов, а в конечном итоге – на потребителе.

Коммерческая служба должна осуществлять систематический контроль за выполнением договорных обязательств, применять к стороне по договору имущественные санкции и иные меры воздействия за нарушение договорных обязательств.

Примите правильное коммерческое решение о выполнении основных обязательств по договору поставки, используйте данные, представленные в ситуациях.

*[З с. 137-142]*

*Положение о поставках товаров в РБ.*

60,61. Задание предусматривает решение конкретной торговой ситуации, связанной с закупкой товаров. От правильной организации закупки зависит во многом удовлетворение спроса населения, создание конкурентоспособного ассортимента, финан-

совое состояние предприятия. Осуществляя оптовую закупку товаров, предприятия воздействуют на поставщиков, добиваясь улучшения качества товаров, расширения и обновления ассортимента для удовлетворения спроса. Но при закупке товаров могут возникнуть коммерческие риски. Вам необходимо указать виды рисков и что следует предусмотреть коммерческому работнику для снижения степени риска.

[Зс. 64, 145-148]

**Консультация в кабинете по теме «Коммерческий риск».**

62. Необходимо усвоить приведенный ниже материал. Договор поставки является основным документом, определяющим права и обязанности сторон по поставке товаров, при заключении сделок. Основные правила, по которым совершается заключение договоров, установлены в следующих нормативных актах:

- 1) Гражданский кодекс РБ.
- 2) Положение о поставках товаров в РБ, утв. постановлением Кабинета Министров РБ от 08.07.1996 г. № 444.
- 3) О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь:.-Закон Республики Беларусь от 08.001.2014 г №128-З

63,64. Задание предусматривает решение конкретной торговой ситуации, связанной с вопросами коммерческой деятельности в розничной торговле. Решение ситуации предполагает использование практического материала по объектам хозяйствования, находящимся в зоне проживания учащихся.

[1 с.97-109]

65. Для выполнения задания следует изучить тему «Коммерческая работа по оптовой продаже товаров».

[З с. 153-155]

**Методический комплект в кабинете по теме:  
«Оптовая продажа товаров».**

66. В поддержании ассортимента товаров в соответствии со спросом населения важную роль играют полнота и стабильность ассортимента товаров в магазине.

**Полнота ассортимента** – это соответствие фактического наличия товаров в магазине утвержденному ассортиментному перечню.

Полнота ассортимента товаров характеризуется коэффициентом полноты ( $K_n$ ) и рассчитывается по формуле

$$K_n = \frac{P_{\phi}}{P_n},$$

где  $K_n$  – коэффициент полноты ассортимента магазина на конкретную дату;  $P_{\phi}$  – фактическое количество разновидностей товаров в момент проверки;  $P_n$  – количество разновидностей товаров, предусмотренное обязательным ассортиментным перечнем.

Значение коэффициента может варьироваться от 0 до 1. Но в отдельных случаях он может быть больше 1, когда в магазине ассортимент представлен полнее, чем предусмотрено ассортиментным перечнем.

Для более объективной оценки товарного ассортимента его полноту целесообразно определять за отдельные периоды по данным нескольких проверок ассортимента магазина. Для этого рассчитывают коэффициент устойчивости ассортимента по следующей формуле:

$$K_{уст} = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_n}{P_n \times n}$$

где  $K_{уст}$  – коэффициент устойчивости ассортимента товаров в магазине за период (месяц, квартал, год);  $P_1, P_2, P_3, P_n$  – фактическое количество разновидностей товаров в момент отдельных проверок;  $P_n$  – количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем;  $n$  – количество проверок.

Таким образом, устойчивость (стабильность) ассортимента – это бесперебойное наличие в продаже товаров по их видам и разновидностям, заявленным в ассортиментном перечне.

**УТВЕРЖДЕНО**

Министерством образования  
Республики Беларусь 30.04.2009г.

**ТИПОВАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА  
ДЛЯ УЧРЕЖДЕНИЙ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ПОЛУЧЕНИЕ СРЕДНЕГО  
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
2-250110-02 «КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Программой дисциплины «Коммерческая деятельность» предусмотрено изучение учащимися порядка организации, принципов и методов управления коммерческой деятельностью; приобретение умений анализировать, использовать коммерческую информацию, составлять различные виды договоров, принимать коммерческие решения по управлению товарными ресурсами.

Дисциплина «Коммерческая деятельность» изучается в тесной связи с такими дисциплинами, как «Основы менеджмента», «Экономика организации», «Маркетинг» и др.

В программе сформулированы цели по каждой теме и спрогнозирован результат их достижения.

В результате изучения программного материала будущий специалист  
*должен знать на уровне представления:*

нормативные правовые акты Республики Беларусь, регламентирующие коммерческую деятельность;

систему и основные этапы государственного регулирования субъектов хозяйствования;

содержание, принципы, задачи коммерческой деятельности;  
*знать на уровне понимания:*

порядок организации и методы управления коммерческой деятельностью в организации (на предприятии) или ее структурном подразделении;

задачи и функции специалистов коммерческой службы организации или ее структурного подразделения;

источники и методы получения коммерческой информации, содержание коммерческой тайны и способы обеспечения ее защиты;

факторы, порождающие коммерческий риск, методы его снижения, способы определения степени риска;

организацию хозяйственных связей; этапы ведения договорной работы, содержание договора; содержание коммерческой деятельности в оптовой и розничной торговле; в торгово-посредническом звене;

*уметь:*

применять правовые нормы, регламентирующие организацию и ведение коммерческой деятельности;

классифицировать информацию в целях оптимизации принятия коммерческих решений;

выявлять и оценивать риски в условиях работы организации или ее структурного подразделения, определять степень коммерческого риска, разрабатывать мероприятия по его снижению;

обосновывать выбор потенциального поставщика продукции;

составлять различные виды договорной документации с учетом специфики товарного ассортимента;

оформлять транспортную документацию;

определять эффективную форму продажи товаров;

оформлять документацию по организации и проведению ярмарок, выставок, аукционов, биржевых торгов;

контролировать ход исполнения договоров, готовить документацию для ведения претензионной работы;

оценивать эффективность коммерческой деятельности.

Изучение дисциплины должно способствовать развитию творческого мышления учащихся, их интереса к познавательной деятельности, выработке навыков самостоятельной работы с научной и учебной литературой.

Для обеспечения должного качества обучения, а также современного технического уровня подготовки специалистов в процессе изучения дисциплины рекомендуется использовать технические и дидактические средства обучения.

Проведение практических работ должно способствовать закреплению у учащихся теоретических знаний и развитию умения выполнять необходимые расчеты по закупке и продаже товаров, определению потребности в товарных ресурсах, составлению договоров поставки, купли-продажи, определению основных показателей коммерческой деятельности торговой организации и их анализу.

В целях контроля знаний учащихся предусмотрено проведение одной обязательной контрольной работы. Задания для нее разрабатываются преподавателем и рассматриваются предметной (цикловой) комиссией.

В программе приведены примерные критерии оценки результатов учебной деятельности учащихся по дисциплине, которые разработаны на основе десятибалльной шкалы и показателей оценки результатов учебной деятельности обучающихся в учреждениях, обеспечивающих получение среднего специального образования (постановление Министерства образования Республики Беларусь от 29 марта 2004 г. № 17).

Приведенный в программе тематический план является рекомендательным. Предметная (цикловая) комиссия может вносить обоснованные изменения в содержание программного материала и распределение учебных часов по темам в пределах общего бюджета времени на изучение дисциплины. Все изменения должны быть утверждены заместителем руководителя учреждения образования по учебной работе.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Тема                                                                                                         | Количество часов |                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------|
|                                                                                                              | Всего            | В том числе практические занятия. |
| <i>Введение</i>                                                                                              | 2                |                                   |
| Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности                                                      | 2                |                                   |
| Т е м а 2. Коммерческая информация                                                                           | 4                |                                   |
| <i>Практическое занятие № 1</i> Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.     |                  | 2                                 |
| Тема 3. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры торговли.                                  | 8                |                                   |
| <i>Практическое занятие № 2</i> Анализ конъюнктуры рынка организации.                                        |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 3.</i> Составление конъюнктурного обзора.                                          |                  | 2                                 |
| Тема 4. Формирование товарных ресурсов и ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле.                | 10               |                                   |
| <i>Практическое занятие № 4</i> Экономическое обоснование потребности в товарных ресурсах.                   |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 5.</i> Принятие коммерческих решений по формированию ассортимента.                 |                  | 2                                 |
| Т е м а 5. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров.                                            | 20               |                                   |
| <i>Практическое занятие № 6</i> Анализ договоров поставки товаров.                                           |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 7.</i> Анализ условий поставки товаров.                                            |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 8.</i> Составление проекта договора поставки.                                      |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 9.</i> Составление спецификаций и протокола разногласий.                           |                  | 2                                 |
| Тема 6. Организация закупочной работы.                                                                       | 32               |                                   |
| <i>Практическое занятие № 10.</i> Выбор потенциального поставщика товаров.                                   |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 11.</i> Заключение договоров путем обмена письмами, факсами, телеграммами.         |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 12</i> Оперативный учет и контроль исполнения договоров поставки.                  |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 13.</i> Расчет штрафных санкций за нарушение договорных обязательств.              |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 14</i> Заключение договоров на оптовой ярмарке.                                    |                  | 2                                 |
| <i>Практическое занятие № 15</i> Использование нормативных правовых актов при организации биржевой торговли. |                  | 2                                 |

|                                                                                                                                 |           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| <i>Практическое занятие №16</i> Организация и проведение аукционных торгов.                                                     |           | 2         |
| <b>Обязательная контрольная работа</b>                                                                                          | <b>1</b>  |           |
| Тема 7. Коммерческая работа по продаже товаров. Реклама и стимулирование сбыта.                                                 | 15        |           |
| <i>Практическое занятие №17.</i> Организация оптовой продажи товаров.                                                           |           | 2         |
| <i>Практическое занятие №18</i> Коммерческая деятельность по организации и стимулированию розничной продажи товаров.            |           | 2         |
| <i>Практическое занятие №19</i> Принятие коммерческих решений по управлению товарными ресурсами.                                |           | 2         |
| Т е м а 8. Влияние коммерческой деятельности на конечные результаты работы организации                                          | 6         |           |
| <i>Практическое занятие № 20</i> Анализ влияния коммерческой деятельности на результаты работы предприятия (торгового объекта). |           | 2         |
| <b>Итого:</b>                                                                                                                   | <b>90</b> | <b>40</b> |

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

| Цели изучения темы                                                                                                                                                                                                                                         | Содержание темы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Результат                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                            | <b><i>Введение</i></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Сформировать представление о предмете и задачах дисциплины «Коммерческая деятельность», взаимосвязи с другими дисциплинами.<br>Дать понятие коммерческой деятельности и ее роли в формировании специалиста.                                                | Предмет и задачи дисциплины «Коммерческая деятельность», взаимосвязь с другими дисциплинами.<br>Роль дисциплины в формировании специалиста.<br>Понятие коммерческой деятельности как рыночной категории.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Высказывает общее суждение о предмете и задачах дисциплины, ее связи с другими дисциплинами. Объясняет роль дисциплины в формировании специалиста.<br>Формулирует понятие коммерческой деятельности.                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Сформировать знания о сущности и задачах коммерческой деятельности, ее содержании.<br>Дать понятие о субъектах и объектах коммерческих операций,<br>о функциях коммерческой службы и должностных обязанностях работников торгового (коммерческого) отдела. | Сущность и задачи коммерческой деятельности.<br>Содержание коммерческой деятельности.<br>Субъекты и объекты коммерческих операций, их краткая характеристика.<br>Коммерческая служба торговой организации (предприятия). Должностные характеристики работников торгового (коммерческого) отдела.                                                                                                                                                                                                                             | Раскрывает сущность и задачи коммерческой деятельности.<br>Излагает содержание коммерческой деятельности.<br>Характеризует субъекты и объекты коммерческих операций.<br>Объясняет функции коммерческой службы и излагает должностные обязанности работников торгового (коммерческого) отдела. |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Тема 2. Коммерческая информация</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Дать понятие коммерческой информации.<br>Сформировать знания в области информационного обеспечения коммерческой деятельности.<br>Сформировать знания об использовании коммерческой информации.<br>Дать понятие коммерческой тайны и средств ее защиты.     | Понятие о коммерческой информации, источники информации, требования, предъявляемые к ней. Средства для сбора, передачи, накопления, обработки и выдачи информации.<br>Комплексное изучение рынка как основа информационного обеспечения коммерческой деятельности. Информация о покупателях и мотивах покупок. Информация о требованиях рынка к товару. Информация о конкурентной среде.<br>Использование коммерческой информации в практической деятельности субъектов хозяйствования.<br>Понятие коммерческой тайны. Сред- | Раскрывает понятие коммерческой информации.<br>Раскрывает сущность информационного обеспечения коммерческой деятельности.<br>Объясняет применение коммерческой информации.<br>Раскрывает понятие коммерческой тайны и определяет средства ее защиты.                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                | ства и меры защиты коммерческой тайны.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Научить анализировать коммерческую информацию, отбирать необходимую информацию для организации коммерческой работы и принятия коммерческих решений.                                                                            | <i>Практическое занятие № 1</i><br>Использование коммерческой информации для принятия коммерческих решений.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Анализирует и оценивает коммерческую информацию, разрабатывает технологию принятия коммерческого решения.                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                | <b>Тема 3. Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры торговли.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Сформировать знания о методах изучения и прогнозирования покупательского спроса. Дать понятие о конъюнктуре рынка и торговли. Сформировать знания о влиянии факторов на конъюнктуру торговли.                                  | Изучение и прогнозирование покупательского спроса как основа коммерческой деятельности торгового предприятия. Анализ и оценка покупательского спроса. Жизненный цикл спроса. Понятие о конъюнктуре рынка и конъюнктуре торговли, факторы, определяющие конъюнктуру. Информация о конъюнктуре рынка.<br><br>Содержание конъюнктурного обзора, конъюнктурной информации. Конъюнктурные совещания. Использование материалов изучения спроса и конъюнктуры торговли для принятия коммерческих решений. | Излагает методы изучения покупательского спроса. Раскрывает сущность жизненного цикла спроса. Раскрывает понятие конъюнктуры рынка и торговли, объясняет влияние факторов на конъюнктуру торговли.<br><br>Объясняет влияние покупательского спроса на уровень продаж. |
| Научить анализировать состояние торговли отдельными группами товаров, сложившееся на потребительском рынке, выявлять факторы, повлиявшие на конъюнктуру торговли данными товарами.                                             | <i>Практическое занятие № 2</i><br>Анализ конъюнктуры рынка организации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Анализирует состояние торговли; выявляет факторы, оказавшие влияние на конъюнктуру торговли, обосновывает направления работы с промышленными предприятиями по созданию благоприятной конъюнктуры.                                                                     |
| Научить составлять конъюнктурный обзор по определенной группе товаров                                                                                                                                                          | <i>Практическое занятие № 3.</i><br>Составление конъюнктурного обзора.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Составляет конъюнктурный обзор.                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                | <b>Тема 4. Формирование товарных ресурсов и ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Сформировать знания о сущности и роли товарных ресурсов, порядке расчета потребности в товарных ресурсах. Сформировать знания об источниках формирования товарных ресурсов, поставщиках товаров. Дать понятие о конкурентоспо- | Товарные ресурсы и их роль в повышении эффективности торговли. Экономическое обоснование потребности в товарных ресурсах. Источники формирования товарных ресурсов. Поставщики, их классификация. Формирование конкурентоспособного ассортимента товаров. Факторы, опре-                                                                                                                                                                                                                           | Раскрывает сущность товарных ресурсов, определяет источники формирования товарных ресурсов. Объясняет порядок расчета потребности в товарных ресурсах. Раскрывает сущность конку-                                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| собном ассортименте и порядке его формирования в оптовой и розничной торговле.                                                                                                                                                                                                                                                                   | деляющие формирование ассортимента. Принципы, этапы и методы формирования ассортимента в оптовой и розничной торговле. Современные подходы к формированию ассортимента товаров.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | рентоспособного ассортимента, трактует современные подходы к его формированию в оптовой и розничной торговле.                                                                                      |
| Сформировать умения расчета потребности в товарных ресурсах.                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <i>Практическое занятие № 4</i><br>Экономическое обоснование потребности в товарных ресурсах.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Рассчитывает потребность в товарных ресурсах различными методами.                                                                                                                                  |
| Научить принимать обоснованные коммерческие решения по формированию ассортимента.                                                                                                                                                                                                                                                                | <i>Практическое занятие № 5.</i><br>Принятие коммерческих решений по формированию ассортимента.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Анализирует соблюдение ассортиментной политики и обосновывает применение коммерческих решений по формированию ассортимента.                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Т е м а 5. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                    |
| <p>Дать понятие о сущности и структуре хозяйственных связей, их правовом регулировании. Сформировать знания о содержании договоров, применяемых в коммерческой деятельности, их отличительных особенностях.</p> <p>Дать понятие договора поставки, его отличительных признаков. Сформировать знания по содержанию основных условий договора.</p> | <p>Сущность и структура хозяйственных связей, их виды, значение. Правовое регулирование хозяйственных связей по поставкам товаров. Виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности: договоры купли-продажи (поставки), договоры комиссии, их краткая характеристика.</p> <p>Договор поставки, его значение, отличительные признаки. Структура и содержание договора поставки. Положение о поставках товаров в Республике Беларусь. Коммерческий комментарий основных условий договора поставки.</p> | Излагает сущность хозяйственных связей, их правовое регулирование. Раскрывает сущность договора поставки, определяет его отличительные особенности. Излагает содержание основных условий договора. |
| Научить анализировать содержание договора поставки.                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <i>Практическое занятие № 6</i><br>Анализ договоров поставки товаров.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Анализирует содержание договора поставки, выявляет несоответствие структуры и оформления договора предъявляемым требованиям, вносит коррективы в содержание договора.                              |
| Научить анализировать условия поставки товаров, вносить изменения и дополнения в условие договора.                                                                                                                                                                                                                                               | <i>Практическое занятие № 7.</i><br>Анализ условий поставки товаров.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Анализирует и оценивает условия поставки, изменяет и дополняет условия договора по поставке товара.                                                                                                |
| Сформировать умения по составлению проекта договора. Научить определять наиболее выгодные условия договора.                                                                                                                                                                                                                                      | <i>Практическое занятие № 8.</i><br>Составление проекта договора поставки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Выявляет наиболее выгодные условия договора для Покупателя (Поставщика) и оформляет его в соответствии с установленными требованиями.                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Научить составлять спецификации и протоколы разногласий к договорам поставки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <i>Практическое занятие № 9.</i><br>Составление спецификаций и протокола разногласий.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Составляет спецификацию и протокол разногласий, разрабатывает <sup>4</sup> новые условия, доказывает преимущества данного условия для субъекта хозяйствования.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Тема 6. Организация закупочной работы.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>Сформировать понятие о содержании, задачах и принципах организации закупочной работы.</p> <p>Сформировать знания об организации и этапах договорной работы. Дать понятие учета и контроля исполнения договоров, имущественной ответственности сторон за нарушение условий договора.</p> <p>Сформировать знания о ярмарочной и внеярмарочной формах оптовых закупок. Дать понятие организации биржевой торговли.</p> <p>Сформировать понятие коммерческих операций на аукционах.</p> <p>Дать понятие торгового дома.</p> <p>Сформировать знания об организации тендерных закупок товаров.</p> | <p>Содержание, задачи и принципы организации оптовых закупок товаров. Изучение и поиск коммерческих партнеров по оптовым закупкам товаров. Критерии предварительного и окончательного выбора поставщика. Организация и этапы договорной работы: преддоговорная работа; заключение, изменение и расторжение договора; контроль исполнения договора. Документы, используемые для учета и контроля исполнения договоров. Автоматизированный учет выполнения договоров.</p> <p>Имущественная ответственность сторон за нарушение условий договора.</p> <p>Оптовые ярмарки, выставки, их классификация, порядок организации и проведения. Преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках. Внеярмарочная форма оптовых закупок.</p> <p>Биржа как инструмент рынка. Задачи и функции товарной биржи. Виды биржевых сделок. Порядок проведения биржевых торгов.</p> <p>Организация коммерческих операций на аукционах: понятие аукциона, подготовка аукциона, предварительный просмотр товаров покупателями, аукционные торги, оформление аукционной сделки.</p> <p>Торговые дома, их функции.</p> <p>Организация и порядок проведения торгов (тендеров).</p> | <p>Излагает сущность, задачи и принципы оптовых закупок товаров, организации договорной работы. Объясняет порядок заключения, изменения и расторжения договоров. Излагает порядок учета и контроля исполнения договоров, определяет документы, используемые для учета и контроля, раскрывает преимущества автоматизированного учета. Определяет имущественную ответственность сторон за нарушение условий договора.</p> <p>Раскрывает сущность ярмарочной и внеярмарочной форм оптовых закупок, объясняет преимущества заключения договоров на оптовых ярмарках.</p> <p>Определяет задачи и функции товарной биржи, раскрывает содержание биржевых сделок, излагает порядок организации и проведения биржевых торгов.</p> <p>Излагает порядок организации и проведения аукциона.</p> <p>Раскрывает сущность торгового дома, определяет их функции.</p> <p>Излагает порядок подготовки, организации и проведения тендеров.</p> |

|                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сформировать умения выбора потенциального поставщика товаров                                                                                        | <i>Практическое занятие № 10.</i><br>Выбор потенциального поставщика товаров.                                                                                                                             | Аргументирует выбор потенциального поставщика товаров.                                                                                                                                        |
| Научить составлять тексты писем, телеграмм, факсов для последующего заключения договоров, торговых сделок.                                          | <i>Практическое занятие № 11.</i><br>Заключение договоров путем обмена письмами, факсами, телеграммами.                                                                                                   | Составляет тексты писем, телеграмм, факсов с предложениями по заключению договоров                                                                                                            |
| Научить заполнять документы оперативного учета, анализировать результаты исполнения договоров.                                                      | <i>Практическое занятие № 12</i><br>Оперативный учет и контроль исполнения договоров поставки.                                                                                                            | Оформляет документы оперативного учета и контроля за исполнением договоров.                                                                                                                   |
| Сформировать умения по расчету штрафных санкций.                                                                                                    | <i>Практическое занятие № 13.</i><br>Расчет штрафных санкций за нарушение договорных обязательств.                                                                                                        | Производит расчет штрафных санкций за нарушение условий договора, анализирует влияние внереализационных доходов и внереализационных расходов на экономические результаты деятельности.        |
| Научить действовать в нестандартной ситуации, находить пути разрешения противоречий, оформлять документацию.                                        | <i>Практическое занятие № 14</i><br>Заключение договоров на оптовой ярмарке.                                                                                                                              | Имитирует нестандартные ситуации при заключении договоров, корректирует условия договоров, спецификаций.<br>Оформляет договоры, спецификации, протоколы разногласий, изменяет и дополняет их. |
| Научить пользоваться нормативными правовыми актами, регулирующими биржевую деятельность при решении ситуаций.                                       | <i>Практическое занятие № 15</i><br>Использование нормативных правовых актов при организации биржевой торговли.                                                                                           | Обосновывает применение нормативных правовых актов при решении конкретных ситуаций.                                                                                                           |
| Сформировать умения по организации и проведению аукционных торгов, научить оформлять документы по продаже товаров на аукционах.                     | <i>Практическое занятие № 16</i><br>Организация и проведение аукционных торгов.                                                                                                                           | Организует предварительную подготовку проведения аукционных торгов, имитирует технику ведения аукциона, оформляет документы                                                                   |
|                                                                                                                                                     | <i>Обязательная контрольная работа</i>                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                     | <b>Тема 7. Коммерческая работа по продаже товаров. Реклама и стимулирование сбыта.</b>                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                               |
| Сформировать знания о сущности и задачах оптовой торговли, содержании коммерческой работы по оптовой продаже товаров.<br>Сформировать знания о фор- | Сущность и задачи оптовой торговли на современном этапе. Содержание работы по оптовой продаже товаров. Организация хозяйственных связей по оптовой продаже товаров.<br>Формы и методы оптовой продажи то- | Излагает сущность, задачи и содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Характеризует формы и методы оптовой продажи                                                           |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>мах и методах оптовой продажи товаров.</p> <p>Сформировать знания о содержании коммерческой работы в розничной торговле.</p> <p>Сформировать понятие о методах стимулирования продаж, основных направлениях рекламно-информационной деятельности.</p> <p>Дать понятие сервиса и сервисного обслуживания.</p> <p>Сформировать знания о сущности управления товарными ресурсами в оптовой и розничной торговле.</p> | <p>варов. Продажа товаров через мелкооптовые магазины-склады, оптовые рынки.</p> <p>Учет и контроль оптовой продажи товаров.</p> <p>Сущность и содержание коммерческой работы в розничной торговле. Стимулирование сбыта товаров. Методы стимулирования продаж.</p> <p>Мерчендайзинг как средство стимулирования продаж (сбыта).</p> <p>Рекламно-информационная деятельность оптовых и розничных торговых предприятий по сбыту товаров.</p> <p>Сервисное обслуживание и оказание услуг в оптовой и розничной торговле.</p> <p>Управление товарными ресурсами в оптовой и розничной торговле.</p> | <p>товаров.</p> <p>Объясняет порядок учета и контроля оптовой продажи товаров.</p> <p>Раскрывает сущность, содержание коммерческой работы в розничной торговле.</p> <p>Характеризует ценовые и неценовые методы стимулирования продаж (сбыта). Объясняет влияние мерчендайзинга на увеличение объема продаж.</p> <p>Формулирует основные направления рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.</p> <p>Характеризует услуги, оказываемые в оптовой и розничной торговле, раскрывает сущность сервисного обслуживания.</p> <p>Объясняет сущность управления товарными ресурсами в оптовой розничной торговле.</p> |
| <p>Научить применять знания по организации оптовой продажи товаров при решении стандартных ситуаций.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p><i>Практическое занятие №17.</i></p> <p>Организация оптовой продажи товаров</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Решает ситуации по организации оптовой продажи товаров, обосновывает их решение.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>Научить применять знания по организации и стимулированию розничной продажи товаров при решении типовых ситуаций.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p><i>Практическое занятие №18</i></p> <p>Коммерческая деятельность по организации и стимулированию розничной продажи товаров.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Решает типовые ситуации по организации и стимулированию розничной продажи товаров, обосновывая свое мнение.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>Научить принимать обоснованные коммерческие решения по управлению товарными ресурсами.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p><i>Практическое занятие №19</i></p> <p>Принятие коммерческих решений по управлению товарными ресурсами.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Анализирует состояние товарных ресурсов и принимает обоснованные решения по их оптимизации.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p><b>Т е м а 8. Влияние коммерческой деятельности на конечные результаты работы организации</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Сформировать знания о показателях эффективности коммерческой деятельности. Дать понятие коммерческого риска.</p> <p>Дать понятие о взаимосвязи коммерческой деятельности с конечными результатами рабо-</p>                                                                                                                                                                                                       | <p>Система показателей эффективности коммерческой деятельности.</p> <p>Коммерческий риск. Факторы, порождающие коммерческий риск. Виды рисков и способы их уменьшения.</p> <p>Взаимосвязь коммерческой деятельности с конечными результатами работы.</p> <p>Факторы коммерческого успеха. Роль</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Объясняет экономический смысл показателей эффективности коммерческой деятельности. Раскрывает понятие коммерческого риска.</p> <p>Раскрывает взаимосвязь коммерческой деятельно-</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                                            |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ты и роли коммерческой службы в повышении эффективности <u>коммерческой работы</u> .       | коммерческой службы в повышении эффективности коммерческой работы.                                                                 | сти с конечными результатами работы и объясняет роль коммерческой службы в повышении эффективности <u>коммерческой работы</u> .                             |
| Сформировать умения по определению влияния коммерческой деятельности на результаты работы. | <i>Практическое занятие № 20</i><br>Анализ влияния коммерческой деятельности на результаты работы предприятия (торгового объекта). | Анализирует результаты работы предприятия (торгового объекта), дает оценку коммерческой деятельности, разрабатывает мероприятия по повышению эффективности. |

## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

### ***Тема №1 Сущность и содержание коммерческой деятельности***

1. Дайте понятие о коммерческой деятельности. Сформулируйте принципы коммерческой деятельности.
2. Предложите направления совершенствования коммерческой деятельности на современном этапе.
3. Дайте понятие об объектах и субъектах коммерческой деятельности. Охарактеризуйте элементы, отражающие содержание коммерческой деятельности.
4. Изложите должностные обязанности товароведа.
5. Подберите личностные и профессиональные качества, которыми должен обладать коммерческий работник.

### ***Тема №2 Коммерческая информация***

6. Дайте понятие о коммерческой информации. Опишите виды и источники коммерческой информации, требования, предъявляемые к ней.
7. Охарактеризуйте комплексное исследование рынка по следующим направлениям:
  - изучение покупателей и мотивов покупок;
  - изучение требований рынка к товару;
  - изучение конъюнктуры рынка;
  - исследование конкурентной среды и конкурентов;
  - изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентоспособности.
8. Дайте определение понятию «коммерческая тайна». Опишите способы и меры ее защиты. Предложите виды коммерческой информации торгового объекта, которые требуют защиты.
9. Укажите порядок применения коммерческой информации в практической деятельности субъектов хозяйствования.

### ***Тема №3 Организация изучения покупательского спроса и конъюнктуры торговли***

10. Дайте определение понятию «спрос», перечислите факторы, влияющие на спрос.
11. Охарактеризуйте стадии жизненного цикла спроса.
12. Укажите цели и задачи изучения спроса в розничной торговле. Охарактеризуйте методы комплексного изучения информации о спросе: выставки-продажи, покупательские конференции, анкетные опросы.
13. Дайте определение понятию «конъюнктура торговли». Проанализируйте факторы, влияющие на конъюнктуру торговли. Обоснуйте, в каком случае потребительский рынок можно считать сбалансированным.
14. Раскройте содержание конъюнктурного обзора, конъюнктурной информации.

***Тема №4 Формирование товарных ресурсов и ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле***

15. Дайте определение понятию «товарные ресурсы». Опишите факторы, влияющие на формирование товарных ресурсов.
16. Дайте определение понятию «потребность в товарах». Опишите источники информации, требуемой для расчета количества товаров. Предложите методы, которые может применять товаровед для определения потребности в товарах.
17. Дайте классификацию поставщиков товаров.
18. Опишите основные критерии выбора поставщиков. Приведите примеры брендовых отечественных поставщиков, которым отдают предпочтение при осуществлении закупок товаров.
19. Дайте понятие о торговом ассортименте. Укажите факторы, определяющие построение торгового ассортимента.
20. Охарактеризуйте показатели, состояния ассортимента товаров магазина (широта, глубина, структура, полнота, обновляемость, рентабельность).
21. Охарактеризуйте принципы построения и этапы формирования ассортимента товаров магазина.
22. Дайте понятие об ассортименте перечне товаров. Охарактеризуйте порядок его разработки и утверждения. Укажите, кто осуществляет контроль за состоянием ассортимента товаров в магазине по месту работы.
23. Охарактеризуйте современные подходы к формированию ассортиментной модели магазина (рентабельность, оптимизация структуры ассортимента, образ товара, жизненный цикл товара, ассортиментная матрица)).

***Тема №5 Организация хозяйственных связей по поставкам товаров***

24. Дайте определение понятию «хозяйственные связи». Сформулируйте признаки классификации хозяйственных связей. Обоснуйте схемы хозяйственных связей, которые будут наиболее рациональными при поставке товаров.
25. Охарактеризуйте виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности.
26. Охарактеризуйте документы, регулирующие хозяйственные связи по поставке товаров в Республике Беларусь.
27. Дайте понятие о договоре поставки. Охарактеризуйте существенные условия договора поставки (наименование, количество, ассортимент, качество, комплектность, цена, цель приобретения товара).
28. Укажите значение и отличительные признаки договора поставки, охарактеризуйте его структуру.

### ***Тема №6 Организация закупочной работы***

29. Дайте понятие об оптовых закупках товаров. Опишите значение и этапы закупочной работы.
30. Перечислите этапы договорной работы. Объясните порядок подготовки к заключению договора поставки. Обоснуйте ответственность коммерческого работника за содержание условий договора.
31. Перечислите способы заключения договоров. Охарактеризуйте порядок заключения договора поставки путем переписки. Обоснуйте действия коммерческого работника, если он не согласен с условиями поставки.
32. Охарактеризуйте порядок изменения и расторжения договора поставки. Предложите коммерческие решения, которые должен принять товаровед по результатам оперативного учета исполнения договоров.
33. Укажите в чем значение учета и контроля исполнения договорных обязательств. Охарактеризуйте направления, по которым осуществляется анализ выполнения договорных обязательств.
34. Укажите обязательства поставщика и покупателя при исполнении договоров поставки. Обоснуйте, какую имущественную ответственность несут стороны при нарушении договорных обязательств.
35. Перечислите документы, применяемые при исполнении договора поставки. Опишите содержание реквизитов товарно-транспортной накладной.
36. Охарактеризуйте порядок заключения договоров на оптовой ярмарке. Ее задачи и функции.
37. Назовите отличительные признаки биржевой торговли. Порядок проведения торгов на Белорусской универсальной товарной бирже.
38. Дайте понятие оптовая ярмарка. Охарактеризуйте порядок подготовки и проведения ярмарки.
39. Дайте понятие о товарной бирже. Опишите виды биржевых сделок.
40. Организация коммерческих операций на аукционах: понятие аукциона, подготовка аукциона, предварительный просмотр товаров, аукционные торги.
41. Дайте понятие «тендер». Охарактеризуйте порядок подготовки и проведения тендера.
42. Дайте понятие торгового дома, его функции

### ***Тема №7 Коммерческая работа по продаже товаров. Реклама и стимулирование сбыта***

43. Дайте понятие оптовой торговли. Охарактеризуйте функции и задачи оптовой торговли на современном этапе.
44. Укажите содержание работы по оптовой продаже товаров. Охарактеризуйте организацию хозяйственных связей по оптовой продаже товаров.
45. Перечислите методы оптовой продажи товаров при складском обороте.
46. Опишите продажу товаров через мелкооптовые магазины-склады.
47. Охарактеризуйте содержание коммерческой работы в розничной торговле.

48. Охарактеризуйте сущность и цели коммерческой деятельности по стимулированию продаж. Приведите примеры неценовых и ценовых средств стимулирования продаж.
49. Дайте понятие определению «мерчендайзинг» Укажите цели и основные инструменты мерчендайзинга.
50. Охарактеризуйте содержание законов мерчендайзинга (запаса, расположения, представления).
51. Охарактеризуйте внешнее и внутреннее оформление торгового объекта по месту работы.
52. Дайте понятие торговая услуга и сервис в розничной торговле. Приведите примеры услуг, оказываемых в вашем торговом объекте.
53. Управление товарными запасами: нормирование, оперативный учет и контроль, регулирование.

***Тема №8 Влияние коммерческой деятельности на конечные  
результаты работы организации***

54. Охарактеризуйте систему показателей эффективности коммерческой деятельности.
55. Коммерческий риск: понятие; факторы, порождающие риск.
56. Охарактеризуйте виды рисков и способы их уменьшения.
57. Перечислите коммерческие операции, непосредственно приносящие доходы и косвенно влияющие на получение дохода.
58. Охарактеризуйте факторы коммерческого успеха.
59. Раскройте взаимосвязь коммерческой деятельности с конечными результатами работы.
60. Объясните роль коммерческой службы в повышении эффективности коммерческой работы.

## КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

**АКЦЕПТ** (лат.) -- 1) согласие на заключение договора в соответствии с предложением другой стороны; 2) принятие плательщиком по переведенному векселю обязательства оплатить вексель при наступлении указанного в нем срока; 3) согласие банка гарантировать уплату суммы, указанной в переводном векселе.

**АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО**-- организация , созданная по соглашению юридическими лицами и гражданами путем объединения их вкладов (акций) в целях осуществления хозяйственной деятельности и несущая ответственность по обязательствам только своим имуществом в пределах стоимости принадлежащих им акций.

**АНКЕТИРОВАНИЕ** (фр.) – один из методов опроса клиентов в маркетинговом исследовании.

**АССОРТИМЕНТ** (фр.) -- подбор различных видов и сортов товаров в торговом или производственном предприятии; более узко –подбор однородных предметов, но разных сортов.

**АУКЦИОН** (англ.) -- форма организации товарных и иных ценностей основанная на проведении публичных торгов по принципу состязательности.

**БИЗНЕС** (англ.) -- 1) дело, занятие, предпринимательство, экономическая деятельность, направленная на достижение результатов (получение прибыли); 2) сделки, торговые операции; 3) деловая жизнь, деловые круги, экономическая деятельность вообще в отличие от других сфер жизнедеятельности (культуры, политики, образования и т.д.); 4) компания, предприятие, экономический субъект.

**БИРЖА** (нем.) – форма регулярно функционирующего оптового рынка массовых заменимых товаров, продающихся по заранее установленным правилам (биржевым правилам).

**БИРЖА ТОВАРНАЯ**-- организованный и регулярно функционирующий рынок, на котором осуществляется оптовая торговля товарами по образцам и стандартам.

**БОНУС** (лат.) -- 1) дополнительное вознаграждение, премия; 2) дополнительная скидка, предоставляемая продавцом покупателю в соответствии с условиями сделки или отдельного соглашения.

**БРОКЕР** (англ.) – торговый посредник, который не выступает самостоятельной стороной в сделке купли-продажи, а только обеспечивает установление контакта между возможными продавцом и покупателем и содействует в проведении переговоров между ними.

**ВАЛОВЫЙ ДОХОД** – часть стоимости реализованной продукции, которая остается после вычитания из выручки материальных затрат на производство и реализацию продукции.

**ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ** – количество данного товара или услуги, которое продавец предполагает к продаже по конкретной цене в течении определенного периода.

**ВЕЛИЧИНА СПРОСА** --- количество данного товара или услуги, которое покупатель желает купить по конкретной цене в течении определенного периода.

**ДЕЛЬКРЕДЕРЕ** (нем.) – обязательства брокера или агента гарантировать выполнение сделки перед представляемым им лицом (принципалом).

**ДИЛЕР** (англ.) -- 1) юридическое или физическое лицо, являющееся членом фондовой биржи и совершающее операции с ценными бумагами за свой счет; 2) сотрудники банка, занимающиеся операциями с валютой, депозитами, ценными бумагами; 3) лица или фирмы, занимающиеся перепродажей товаров, чаще всего от своего имени и за свой счет.

**ДИСТРИБЬЮТОР** (англ.) -- независимый оптовый посредник, осуществляющий деятельность по закупке продукции с целью её продажи розничным фирмам и магазинам, а также промышленным предприятиям, кооперативам, мастерским для конечного потребления.

**ДОГОВОР** – соглашение сторон, направленное на установление хозяйственных отношений, прав и обязанностей партнеров.

**ЕМКОСТЬ РЫНКА** - максимально возможный объем реализации товаров при данном уровне платежеспособного спроса, товарного предложения и розничных цен.

**ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА** – период экономически оправданного выпуска определенного товара, в течение которого он пользуется спросом, продается по приемлемым для производителей ценам и сохраняет свою конкурентоспособность; процесс развития продаж товара и получения прибылей; состоящий из четырех этапов: этапа выведения на рынок, этапа роста, этапа зрелости и этапа упадка.

**ЗАПАСЫ ТОВАРНЫЕ** – запасы готовой продукции у изготовителей, обеспечивающие непрерывность процесса реализации учетом своевременного поступления платежей от покупателей за отгруженную продукцию.

**ИЗДЕРЖКИ ОБРАЩЕНИЯ** – совокупность затрат, связанных со сбытом и приобретением товаров.

**ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА** – сбор, обработка и анализ информации, необходимой для принятия решений по организации производства, закупки и реализации товаров.

**ИМИДЖ** – представление покупателей (заказчиков) о престиже фирмы, качестве изготавливаемых ею товаров и оказываемых услуг, репутации руководителей; формирование и поддержание устойчиво-положительного впечатления о товаре, услуге предприятия, изготавливающего или реализующего товар.

**ИНКАССО** (ит.) – банковская расчетная операция, посредством которой банк по поручению своего клиента получает на основании расчетных документов причитающиеся ему денежные средства от плательщика за отгруженные в его адрес товарно-материальные ценности и оказанные услуги и зачисляет эти средства на счет клиента в банке.

**КВОТА** (лат.) -- 1) доля, часть, пай, норма; 2) доля участия в объемах производства, сбыта, величина доходов и т.п.

**КВОТИРОВАНИЕ** – разновидность мер по регулированию внешнеэкономической деятельности, вводимых государственными и международными органами, по ограничению производства, экспорта и импорта товаров.

**КОМИССИОНЕР** (фр.) – посредник в сделках, физическое или юридическое лицо, совершающее за определенное вознаграждение сделки в пользу и за счет комитента, но от своего имени.

**КОМИТЕНТ** (лат.) -- лицо, дающее поручение другому лицу (комиссионеру) заключить за вознаграждение определенную сделку о покупке или продаже товаров, век-

селей, валюты, акций, облигаций и т.д. или ряд сделок от имени последнего, но за счет комитента.

**КОММЕРСАНТ** (фр.) – лицо, занимающееся цивилизованной торговой деятельностью, т.е. куплей-продажей по официально установленным нормам и правилам; купец, лицо, занимающееся в сфере обращения товаров и услуг на профессиональной основе, т.е. в соответствии с правовым статусом коммерсанта (выбор своего наименования, наличие личного счета в банке).

**КОММЕРЦИЯ** (фр.) – вид деятельности, в основе которой лежит осуществление официально допустимых торговых операций, т.к. купли-продажи товаров, приносящий коммерсанту прибыль благодаря разнице в ценах, приобретения и реализации товара.

**КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА** – предусмотренное и охраняемое законодательством право предпринимателей (их объединений, союзов и т.д.) засекречивать некоторые сведения о финансово-хозяйственной деятельности.

**КОММЕРЧЕСКИЙ РИСК** – возможность наступления обстоятельства, приносящего материальный ущерб.

**КОММИВОЯЖЕР** (фр.) – лицо, занимающееся сбытом товаров, производимых предприятиями территорий, как правило, находящийся в удалении от них, а также обеспечивающих размещение и получение заказов на продукцию этих предприятий; разъездной представитель торговой фирмы, предлагающий покупателям товары по имеющимся у него образцам.

**КОНКУРЕНТ** (лат.) – экономический соперник в образе отдельного лица, группы лиц, фирмы, предприятия, имеющий сходные цели в какой-то области деятельности, и поэтому заинтересованный в том, чтобы вытеснить, оттеснить других лиц на рынках сбыта, обойти их по эффективности производства и качества продукции.

**КОНКУРЕНЦИЯ** (лат.) – экономическая борьба, соперничество между обособленными производителями продукции, работ, услуг, за удовлетворение своих интересов, связанных с продажей этой продукции, выполнением работ, оказанием услуг одним и тем же потребителем.

**КОНЦЕРН** (англ.) – объединение предприятий, осуществляющее совместную деятельность на основе добровольной централизации функций научно-технического и производственного развития, инвестиционной финансовой, внешнеэкономической и иной деятельности, а также хозяйственного обслуживания предприятий.

**КОНЪЮНКТУРА** (лат.) – совокупность условий, признаков, характеризующих текущее состояние экономики; соотношение спроса и предложения при данном уровне цен на определенный момент.

**КОНЪЮНКТУРА РЫНКА** – состояние рынка, характеризуемое отношением спроса и предложения на товары, услуги и другие ценности, уровнем инвестиционной и предпринимательской активности, динамикой цен, курсов ценных бумаг и процентных ставок по депозитам и кредитам, другими показателями.

**КОТИРОВКА** (фр.) - - 1) установление биржевой цены ценных бумаг и товаров; 2) обращение ценных бумаг или товаров на бирже; 3) официальная публикация о биржевых курсах ценных бумаг, иностранных товаров.

**КУРТАЖ** (фр.) – вознаграждение, выплачиваемое брокеру за посредничество при совершении биржевой сделки (как на товарной, так и на фондовой бирже).

**ЛИЗИНГ** (англ.) – сдача в арену различных видов технических средств, зданий и сооружений преимущественно на среднесрочный и долгосрочный период.

**ЛИЦЕНЗИЯ** (лат.) – разрешение, выдаваемое патентовладельцем (лицензиаром) другому юридическому или физическому лицу (лицензиату) на коммерческое использование изобретения, в течение определенного срока и за определенное вознаграждение; 2) разрешение получаемое от государственных органов на экспорт или импорт товаров.

**ЛИЦО ЮРИДИЧЕСКОЕ** – организация, которая обладает обособленным имуществом, может от своего имени приобретать имущественные и личные неимущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, арбитраже или в третейском суде.

**ЛОГИСТИКА** – теория планирования, управления и контроля процессов движения материальных, трудовых, энергетических и информационных потоков в человеко-машинных системах.

**ЛОГОТИП** – товарный знак, который нужно использовать постоянно, чтобы не исчезал образ товара.

**МАКЛЕР** (англ.) – биржевой посредник (дилер, джоббер), который покупает только для себя и за свой счет в отличие от брокера, который заключает сделки и для клиентов за их счет.

**МАРКЕТИНГ** (англ.) – одна из современных систем организации и управления деятельностью обществ по разработке новой продукции, производству и сбыту продукции на основе интенсивного изучения и прогнозирования спроса, цен, широкого использования рекламы и стимулирования производств, применения современных способов хранения и транспортирования товаров, технического и иного обслуживания потребителей; деятельность, направленная на выявление запросов, потребностей с тем, чтобы оперативно ориентировать производство на их удовлетворение.

**МЕНЕДЖЕР** (лат.) – руководитель предприятия, фирмы, банка, т.е. организатор, управляющий, координатор, политик, эксперт, регулятор, диктатор, человек, отвечающий за все, человек, который эффективно, с минимальными потерями реализует увиденную или поставленную кем-то цель, имеющий, как правило необходимую подготовку, способный нести ответственность за решения, принятие решения, за эффективное использование ресурсов, сырья и материалов, обладающий определенной хозяйственной самостоятельностью.

**МЕНЕДЖМЕНТ** (англ.) – совокупность принципов, методов, средств и форм руководства производством или предприятием, применяемых с целью повышения эффективности и получения прибыли.

**МЕРЧЕНДАЙЗИНГ** – этап процесса сбытовой деятельности и комплекс мероприятий, направленных на то, чтобы «подвести» покупателя к товару и создать благоприятную ситуацию, обеспечивающую максимальную вероятность совершения покупки.

**МЕТОД ДЕЛЬФИ** – один из методов прогнозирования, состоящий в письменном опросе специалистов.

**МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ** – метод сбора первичной информации путем непосредственного или механического наблюдения за респондентами.

**МЕТОД ОПРОСА** – метод сбора первичной информации путем интервьюирования какой-то группы людей (выборки) лично, по телефону или по почте.

**НЕЭЛАСТИЧНЫЙ СПРОС** – спрос, имеющий тенденцию оставаться неизменным, несмотря на небольшие изменения цены.

**НОУ-ХАУ** – совокупность технических, коммерческих и других знаний, оформленных в виде технической документации, навыков и производственного опыта, необходимых для организации того или иного производства, но не запатентованных.

**ОФЕРТА** (лат.) – предложение продавца, направленное возможному покупателю, о продаже партии товара на определенных условиях.

**ПЕНЯ** (лат.) – вид штрафа, форма наказания в виде денежного взыскания, применяемого к нарушителям финансовой дисциплины, а также к стороне, просрочившей исполнение принятого по договору обязательства – как правило, в процентах от сумм просроченных платежей или своевременно не выполненных обязательств.

**ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ** – способность своевременно и в полном объеме выполнить свои платежные обязательства, вытекающее из торговых, кредитных и иных операций денежного характера.

**ПЛАТЁЖНОЕ ПОРУЧЕНИЕ** – платежный документ, содержащий поручение банку о перечислении (переводе) с его счета определенной суммы на счет получателя.

**ПЛАТЕЖНОЕ ТРЕБОВАНИЕ** – платёжный документ, содержащий требования получателя средств к плательщику об уплате определенной суммы через банк.

**ПОСТАВЩИКИ** – деловые фирмы или отдельного лица. Обеспечивающие компанию и её конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров и услуг.

**«ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА»** -- группа товаров народного потребления, наиболее полно отражающая уровень и структуру потребления населения данной местности (территории, страны).

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА ТОВАРА** – совокупность технических, экономических и эстетических свойств товара, которые обеспечивают покупателю наибольшее удовлетворение его потребностей за определенную цену.

**ПОТРЕБНОСТЬ** – нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

**ПРЕДПРИЯТИЕ НЕКОММЕРЧЕСКОЕ** – самостоятельный хозяйственный субъект с правами юридического лица, деятельность которого не имеет своей целью получение прибыли и направлена на выполнение социально значимых функций (здравоохранение, образование).

**ПРИБЫЛЬ** – экономическая категория, выражающая финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятия, разность между доходами и расходами предприятий; форма чистого дохода.

**ПРИБЫЛЬ ВАЛОВАЯ** -- соответствует разнице между совокупностью доходов и расходов до уплаты налогов.

**ПРИБЫЛЬ ЧИСТАЯ** – прибыль, которая остается после уплаты (из суммы валовой прибыли) законодательно установленных налогов.

**ПРОГНОЗ** -- предвидение, предсказание, основанное на определенных данных; высказывание о будущем, основанное на определенных данных; высказывание о будущем, основанное на определенных предпосылках; вероятностное научно обоснованное суждение о перспективах, возможных состояниях того или иного явления в будущем и (или) об альтернативных путях, средствах и сроках их осуществления.

**РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ** (нем.) – относительный показатель эффективности хозяйственной деятельности предприятий, объединений и т.п., выражающийся в двух основных формах: 1) как отношение полученной предприятием прибыли к сумме основных и оборотных фондов предприятия или 2) полученной предприятием прибыли к полной себестоимости реализованной продукции.

**РЕСУРСЫ** (лат.) – средства, запасы; источники средств, доходов.

**РИСК** – действие, связанное с надеждой на успех.

**РЫНОЧНЫЕ ФОНДЫ** – часть товарных фондов, предназначенных для продажи через розничную торговую сеть и сеть предприятий общественного питания населения для личного потребления в обмен на их денежные доходы или организациям и предприятиям для индивидуального или коллективного потребления и хозяйственных нужд.

**СДЕЛКА «СПОТ»** -- 1) сделка с реальным товаром с поставкой со склада и оплатой наличными; 2) сделка, при которой обмен валют производится немедленно (как правило, в течение двух рабочих дней, не считая дня заключения сделки).

**СДЕЛКА ФОРВАДНАЯ (СДЕЛКА «ШИПМЕНТ»)** – 1) сделка, предусматривающая поставку реального товара в установленные сроки в будущем; 2) операции по купле-продаже валют, при которых платеж производится через определенный срок по курсу, зафиксированному в момент заключения сделки (курс «форвард»).

**СДЕЛКА ФЬЮЧЕРСКАЯ** – вид сделки на фондовой или товарной бирже, предполагающий передачу акций или товара с уплатой денежной суммы через определенный срок после заключения сделки по цене, указанной в контракте.

**СЕГМЕТ РЫНКА** – совокупность потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

**СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА** – выделение отдельных частей (сегментов) рынка, отличающихся друг от друга характеристиками спроса и предложения на товары и услуги и реакцией на маркетинговые действия; разбивка рынка на четыре группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары или комплексы маркетинга.

**СПЕЦИФИКАЦИЯ** (лат.) – перечень предлагаемых или поставляемых товаров, с указанием количества по каждому сорту, марке, артикулу и в необходимых случаях цен, качественных показателей.

**СПРОС** – общественная или личная потребность в материальных благах и услугах, в средствах производства и предметах потребления; ; форма проявления потребностей населения, обеспеченная денежным эквивалентом.

**СПРОС АЖИОТАЖНЫЙ** – ситуация на потребительском рынке с лавинообразным нарастанием платежеспособного спроса в товарах и услугах, вызванная инфляцией, ростом цен и падением реальной стоимости национальной валюты.

**СПРОС ВТОРИЧНЫЙ** – 1) спрос на какой-то товар, зависимый от спроса на другие товары; 2) спрос на замену морально устаревших товаров.

**СПРОС ЭФФЕКТИВНЫЙ** – оптимальный уровень спроса, при котором рыночная цена товара является приемлемой для потребителя и одновременно удовлетворяет интересы продавца.

**СТРАХОВАНИЕ** – система мероприятий по созданию денежного фонда, из средств которого возмещается ущерб, причиненный не частными случаями, а стихийными бедствиями.

**ТОВАРНАЯ БИРЖА** – форма товарного рынка, на котором реализация товаров осуществляется по образцам и стандартам при заранее установленных размерах минимальных партий и на котором формируются цены в соответствии с фактическим состоянием спроса и предложения.

**ТОВАРНАЯ МАРКА** – имя, знак, символ или сочетание их, которые обозначают продукцию или услуги, предлагаемые потребителю.

**ТОВАРНЫЙ ЗНАК** – оригинально оформленное графическое, буквенное или иное обозначение, зарегистрированное в установленном порядке, и служащее для отличия товаров (услуг) других предприятий; марка или её часть, обеспеченная правовой защитой.

**ТОЛЕРАНТНОСТЬ** (лат.) -- терпимость к чужим мыслям и верованиям.

**ТОРГОВЫЙ ЗНАК** – тип обозначения торговой марки, когда фирменное имя, фирменный знак, товарный образ или их сочетание защищены юридически.

**УСЛУГА** – целесообразная деятельность, направленная на удовлетворение каких-либо потребностей человека и общества в целом, но не создающая новых потребительских стоимостей; то, что неосвязаемо (невидимо) и в обмен на что потребитель, фирма или правительство готовы предоставить что-либо ценное.

**УСЛУГИ КОММЕРЧЕСКИЕ** – совокупность услуг, связанных с обращением товаров, их закупкой, продажей, сбытом.

**УСТАВ** – свод правил, регулирующий деятельность организаций, учреждений, предприятий, обществ, их взаимоотношения с другими организациями и гражданами, их права и обязанности в хозяйственной деятельности.

**ФИЗИЧЕСКОЕ ЛИЦО** – индивидуум, группа людей, выполняющих действия и реализующих свои права как реальные физические объекты, конкретные лица, одушевленные существа.

**ФИРМА** (ит.) – предприятие, компания, организация (в производственной, торговой, транспортной, банковской и других сферах), обладающая правом юридического лица и преследующая коммерческие цели.

**ФИРМЕННЫЙ ЗНАК** – тип обозначения торговой марки, который определяется символом, рисунком, отличительным цветом или обозначением продукции.

**ФОРМА РАСЧЕТОВ** – способы расчетных операций, сложившихся в международной торговле: 100% аванс, аккредитив, инкассо, открытый счет.

**ФОРС-МАЖОР** – обстоятельства непреодолимой силы, положение контракта купли-продажи, которое предусматривает отсрочку его исполнения или полное освобождение сторон от обязательств по нему в связи с наступлением событий, независимых от сторон контракта, которые делают его исполнение невозможным.

**ФРАНКО** (ит.) – обозначение порядка возмещения и учета в цене транспортных расходов по доставке продукции потребителю; термин, означающий, что определенная часть расходов по транспортировке или погрузке товара совершается за счет продавца и не оплачивается покупателем.

**ХЕДЖЕР** (англ.) – любое предприятие, банк, фермер или другой хозяйственный субъект, осуществляющий операции на фьючерской бирже, называемое хеджированием.

**ХЕДЖИРОВАНИЕ** (англ.) – операции на биржах, позволяющие страховать от неблагоприятных изменений цен.

**ЦЕНА ДОГОВОРНАЯ** – цена, устанавливаемая по договору между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) продукции.

**ЦЕНА РОЗНИЧНАЯ** – цена, по которой товар продается обычно малыми количествами в розницу.

**ЦЕНА «ФРАНКО»** -- оптовая цена, установленная с учетом предусмотренного порядка возмещения транспортных расходов по доставке продукции заказчику.

**ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА** -- определение (изменение) цены на товар с учетом издержек производства, цены конкурентов, спроса, транспортных издержек, надбавок и скидок в пользу посредников, пошлин и иных сборов, расходов на рекламу и стимулирование сбыта, психологической реакции покупателя и др.

**ЦЕНЫ СВОБОДНЫЕ** – цены равновесия между спросом и предложением.

**ЦЕНЫ ФИКСИРОВАННЫЕ** – цены, которые устанавливаются государством на фиксированном (определенном) уровне.

**ШТРАФ** (нем.) – денежное взыскание, мера материального воздействия на лиц, виновных в нарушении действующего законодательства, договоров или определенных правил.

**ЭКСПОРТ** (англ.) – вывоз товаров или капиталов для реализации их на внешнем рынке; расходы на закупки произведенных в стране товаров и услуг, осуществляемые отдельными лицами, фирмами и правительством других стран.

**ЮРИДИЧЕСКОЕ ЛИЦО** – учреждение, предприятие или организация, выступающее при исполнении возложенных на них функций, при заключении имущественных сделок, от своего имени в качестве самостоятельного субъекта гражданских прав и обязанностей, обладающее обособленным имуществом и несущее самостоятельную ответственность по своим обязательствам, имеющие свой баланс, гербовую печать и расчетный счет в банке.

**ЯРЛЫК** (тюрк.) – вид торгового знака, клеймо на товаре с обозначением веса, количества, цены и т.п.

**ЯРМАРКА** – 1) регулярно, в одном месте и в одно время устраиваемый большой торг, с увеселениями, развлечениями; 2) периодически устраиваемый съезд торговых и промышленных организаций, коммерсантов, промышленников, преимущественно для оптовой продажи и закупки товаров по выставленным образцам (промышленная ярмарка, международная ярмарка).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность. Практикум / С.И. Башаримова, М.В. Дасько. - Минск, 2008.
2. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова. – Минск: Выш. шк., 2010.
3. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова. – Минск: Выш. шк., 2005.
4. Пожидаева, А.И. Управление продовольственным магазином: семь шагов к успеху / А.И. Пожидаева, И.А. Процко, Н.Ю. Королева; под общ. ред. А.И. Пожидаевой. - Минск: Изд-во Гревцова, 2007.
5. Ромина, А.Г. Коммерческая деятельность / А.Г. Ромина. - Минск, 2009.

## ТЕХНИЧЕСКИЕ НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ

1. О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Респ. Беларусь от 13.07.2012 г. № 419-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. - № 2/1971.
2. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь:: Закон Респ. Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. - № 2/2126.
3. Положение о порядке организации выставок и ярмарок в Республике Беларусь: утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь 23 апреля 2012г. №384.
4. Положение о поставках товаров в Республике Беларусь: постановление Кабинета Министров Респ. Беларусь от 8 июля 1996г. № 444 (в ред. от 11.10.1011) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2001. - № 5/7560.
5. Правила продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 22.07.2014 №703



