

Федеральное агентство по образованию  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой КиТ

\_\_\_\_\_ Е.С. Новопашина

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2007 г.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

для специальности 080101 – «Маркетинг»

Составитель: О.Г.Самокрутова

Благовещенск  
2007 г.

Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
факультета экономических наук  
Амурского государственного  
университета

О.Г.Самокрутова

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Коммерческая деятельность» для студентов очной формы обучения специальности 080101 «Маркетинг». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007. – 19 с.

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной формы обучения по специальности 080101 «Маркетинг» для формирования специальных знаний по основам коммерческой деятельности и понимания ее значения и места в современной торговле.

© Амурский государственный университет, 2007

# РАЗДЕЛ 1

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

### **1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Коммерческая деятельность» базируется на курсах «Экономическая теория», «Экономика предприятия», «Бухгалтерский учет», «Финансы, кредит и денежное обращение».

Цель данного курса – дать знания основ коммерческой деятельности и понимания ее значения и места в современной торговле.

Основными видами аудиторных занятий являются лекции и практические занятия. На практических занятиях предлагается разбор конкретных ситуаций, решение задач, изучение законодательных актов, касающихся ведения коммерческой деятельности, проведение деловых игр, заслушивание и обсуждение научных докладов, проведение контрольных работ в форме тестирования.

Итоговый контроль знаний студентов по данной дисциплине проводится в форме тестирования.

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- организационно-правовые формы предприятий торговли;
- сущность и содержание коммерческой деятельности;
- классификацию посредников, сущность и необходимость посреднической деятельности;
- содержание коммерческой сделки, виды коммерческих сделок;
- организацию коммерческой деятельности по договорам купли-продажи;
- формы и методы коммерческих расчетов;
- современные формы и методы торговли;
- сущность операций по аренде и лизингу;
- организацию и технику операций на биржах и аукционах.

## 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Наименование тем, их содержание, объем в часах лекционных занятий

*Тема 1.* Сущность и содержание коммерческой деятельности – 2 часа.

Понятие «коммерция». Цели и задачи коммерческой деятельности. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их виды и характеристика. Формы взаимодействия продавца и покупателя на рынке.

*Тема 2.* Организационно-правовые формы коммерческих организаций – 2 часа.

Классификация коммерческих организаций по организационно-правовым формам. Ответственность учредителей по обязательствам предприятий. Права и обязанности юридических лиц. Выбор организационно – правовой формы коммерческой организации.

*Тема 3.* Заключение и исполнение контрактов купли – продажи. – 4 часа.

Подготовка к заключению контракта купли – продажи. Поиск контрагента. Выбор контрагента. Требования к оферте. Требования к акцепту. Нормативная база контрактов купли – продажи. Базисные условия, Структура и содержание контрактов.

*Тема 4.* Особенности типовой торговли – 4 часа.

Планирование и организация снабжения и сбыта. Технология торговой деятельности.

*Тема 5.* Понятие розничной торговли и ее виды. Формы и методы продажи. Типы розничных предприятий. Организация товароснабжения, управление запасами. Ассортиментная и ценовая политика.

Особенности розничной торговли.

*Тема 6.* Виды торговых операций – 2 часа.

Особенности совершения торговых операций на аукционах, товарных биржах, ярмарках и выставках, их разновидности. Коммерческая деятельность на рынке услуг.

*Тема 7. Размещение заказов через торги. – 2 часа.*

Виды торгов. Порядок проведения торгов.

*Тема 8. Современные формы и методы торговли. – 4 часа.*

Общие принципы встречной торговли. Бартерные операции. Компенсационные операции. Откуп техники, бывшей в употреблении. Операции с давальческим сырьем (толлинг). Торговля с промышленной и интеллектуальной собственностью. Объекты промышленной собственности. Виды лицензий. Лицензионные договоры. Товарные знаки, знаки обслуживания, наименование мест происхождения товара.

*Тема 9. Работа с посредниками. – 4 часа.*

Целесообразность использования посредников. Виды посредников. Соглашения с посредниками. Особенности соглашения с коммерческими представителями. Особенности соглашения с поверенными. Особенности соглашения с комиссионером. Особенности соглашения с агентом. Особенности договоров с дистрибьюторами.

*Тема 10. Организация коммерческой деятельности фирмы. – 2 часов.*

Виды коммерческих организаций и фирм. Сочетание коммерческой и производственной деятельности. Показатели эффективности коммерческой деятельности.

## **2.2 Практические занятия, их наименование и объем в часах**

№	Тема	Количество часов
1	Коммерческая тайна	2
2	Поиск потенциальных клиентов	2
3	Контракт купли-продажи	6
4	Деловая игра «Государственные закупки»	6
5	Деловая игра «Биржа»	2
6	Страхование рисков	2
7	Деловая игра «Аукцион»	4
ИТОГО		24

### 2.3 Самостоятельная работа студентов

Тема	Рекомендуемая литература	Кол-во часов
1. Проведение анализа договоров купли-продажи, поставки товаров предприятий и организаций г. Благовещенска	1, 3, 5, 8	12
2. Расчеты в коммерческой деятельности	1, 10, 7	12
3. Оценка правовых и нормативных документов, характеризующих различные виды торговых операций.		12
4. Характеристика ассортиментной политики торговых фирм г. Благовещенска (по выбору студента)		16
5. Оценка ярмарочных торговых операций, проводимых в г. Благовещенске.		
6. Анализ организации товароснабжения торговых фирм г. Благовещенска (по выбору студента).		
ИТОГО		76

### 2.4 Перечень и темы промежуточных форм контроля знаний

Текущий контроль знаний студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» проводится в следующих формах: индивидуальные опросы по пройденному материалу, дискуссии, коллективное обсуждение научных докладов, подготовленных студентами, индивидуальная защита результатов практических занятий в устной форме.

Промежуточный контроль знаний студентов проводится в форме аудиторной письменной контрольной работы по следующим темам:

- 1) Особенности формирования сетевой торговли.
- 2) Особенности формирования электронной торговли.
- 3) Особенности формирования фирменной торговли.
- 4) Эффективность организации коммерческой деятельности.

### 2.5 Примерный вариант теста для проведения зачета

1. Как сторонам бартерного контракта защитить свои интересы, связанные с возможным неисполнением обязательств другой стороной:

- а) следует установить в контракте более короткий срок поставки;

б) следует указать в контракте, что встречный поставщик является первым поставщиком;

в) следует потребовать от встречного поставщика банковскую гарантию должного исполнения контракта на сумму, которая будет считаться достаточной для компенсации потерь

г) при недостаточной надежности встречного поставщика следует найти другого партнера по бартерному обмену.

2. Укажите особенности инкассовой формы расчета:

а) платеж осуществляется на основании платежного поручения;

б) принятие решения о платеже осуществляется без участия покупателя;

в) платеж осуществляется против перечисленных в поручении товаросопроводительных документов.

3. Акцепт продавцом контрафакты покупателя – способ заключения контракта, когда инициатива принадлежит:

а) продавцу;

б) покупателю.

4. Базисные условия поставки – это условия:

а) определяющие обязанности сторон по доставке товаров;

б) устанавливающие момент перехода риска случайной гибели товара или его порчи с продавцом на покупателя;

в) устанавливающие момент перехода права собственности с продавца на покупателя.

5. Коммерческий агент по продаже косметических средств обращается к руководителю фитнес -клуба с просьбой о встрече с дамами-членами клуба и о возможности презентации товара. Какой метод поиска потенциальных клиентов использует коммерческий агент:

а) метод слепого поиска;

б) метод бесконечной цепочки;

в) метод источник влияния;

г) метод наблюдения

6. Эквивалентность обмена товарами при бартерных сделках на внутрироссийском рынке достигается за счет равенства стоимостей обмениваемых товаров:

а) по мировым ценам;

б) по средним оптовым ценам.

7. Какое из перечисленных базисных условий контракта купли-продажи предполагает перевозку груза только морским и речным транспортом:

а) EXW

б) FCA

- в) FAS
- г) DDU

8. Посредники, содействующие по поручениям предпринимателей (комитентов) сбыту или приобретению товаров в рамках комиссионных договоров путем заключения от своего имени и за счет комитентов контрактов с третьими фирмами, называются:

- а) дистрибьюторами;
- б) коммерческими представителями;
- в) комиссионерами;
- г) агентами.

9. Возвращение товаров, вывезенных за границу и забракованных покупателем – это...

- а) импортная операция
- б) экспортная операция
- в) реимпортная операция
- г) реэкспортная операция

10. Что является сроком перехода риска при базисном условии CIF:

- а) передача товара покупателю;
- б) передача товара перевозчику;
- в) перенос груза через поручни;
- г) на судне.

11. Оговорка в контракте купли-продажи о скидках в цене за поставку товара более низкого качества называется:

- а) бонификация;
- б) рефакция;
- в) рекламация.

12. Метод поиска потенциальных клиентов, сутью которого является процесс установления и использования контактов, называется:

- а) метод слепого поиска;
- б) метод наблюдения;
- в) метод бесконечной цепочки;
- г) метод формирования агентской сети;

13. В мировой практике существуют 11 способов определения качества продукции по стандарту, по техническим условиям, по спецификации, по среднему качеству, по натуральному весу, продолжить...

---

14. Сделка по купле и продаже реального товара с отсроченным сроком его поставки называется:

- а) опционной;
- б) фьючерсной;

в) форвардной.

15. Заказчик вскрывает конверты с конкурсными заявками

- а) только присутствующих поставщиков
- б) вскрывает все конверты

16. На бирже осуществляются short и long сделки. При short сделках биржевые спекулянты играют на понижение цен, при long сделках - на повышение цен. Почему в таком случае биржа никогда не проигрывает?

17. Договор, предоставляющий право на использование изобретения, ноу-хау и образца лицензиату, а лицензиар лишается права продавать лицензии на ту же собственность другим лицам, называется:

- а) договором на неисключительную лицензию;
- б) договором на исключительную лицензию;
- в) договором на беспатентную лицензию;

### 3 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1 Основная литература

1. Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обеспечения: учебник. Рек. Мин. образов. РФ – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 – 368 с.
2. Дашков А.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: учебник. Рек. Мин. образов. РФ – М.: Маркетинг, 2005 – 700 с.
3. Егоров В.Ф. Организация торговли: учебник. Рек. УМО в обл. товароведения и экспертизы товаров – СПб.: Питер, 2004 – 345 с.

#### 3.2 Дополнительная литература

4. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник, - М.: Юрист, 1998 с.659
5. Голиков Г.А. Оптовая торговля: учебно-практическое пособие – М.: Экзамен, 2004 – 271 с.

6. Панкратов Ф.Г. и др. Практикум по коммерческой деятельности : Учебное пособие – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг» 1999-248 с.
7. Быкова Е.В., Стоянова Е.С. Финансовое искусство коммерции. – М.: Перспектива, 1995. –154 с.
8. Геммерлин Г.А. Ваше дело. Практический курс предпринимательства. М.: Восточная Книжная Компания, 1997 – 272 с.
9. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело. М.: ЮНИТИ, 1996-251 с.
10. Неутов В.Д., Перекрестова Е.В. Договоры, применяемые в торговле (с комментариями). Ростов-на-Дону: Экспертное бюро, 1998 – 120 с.
11. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник Рек. Мин. образов. РФ – М.: Маркетинг, 2001 – 450 с.
12. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. Рек. Мин. образов. РФ – М.: Инфра-М, 2000 – 248 с.
13. Абчук В.А. Коммерция: учебник – СПб.: Из-во Михайлова В.А., 2000 – 475 с.

Журналы:

1. Риск
2. Коммерсант
3. Деньги
4. Секрет фирмы

## РАЗДЕЛ 2

### МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Практические занятия проводятся по методике, изложенной в учебном пособии: Понкратов Ф.Г. и др. Практикум по коммерческой деятельности: Учебное пособие. – М: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 248 с.

#### *Самостоятельная работа*

Самостоятельная работа студентов проводится в течение семестра по теме «Изучение и оценка товарного предложения на потребительском рынке региона» (наименование товара студент выбирает самостоятельно) и предполагает выполнение 3 разделов:

#### **1. Особенности товарного предложения на потребительском рынке в современных условиях**

##### *1.1. Источники формирования товарного предложения на потребительском рынке.*

Рассмотреть основные источники товарного предложения продовольственных и непродовольственных товаров на потребительском рынке Российской Федерации в современных условиях в разрезе внешних источников (зарубежные производители) и внутренних источников (отечественные производители, товарные запасы в оптовой и розничной торговли). Отразить основные изменения, произошедшие в структуре источников товарного предложения в современных условиях, дать им оценку.

##### *1.2. Особенности товарного предложения на потребительском рынке региона*

Рассмотреть основные особенности и тенденции развития потребительского рынка Амурской области, Проанализировать динамику товарооборота розничной и оптовой торговли края в разрезе видов товаров производственных и непродовольственных); в разрезе форм собственности (государственная, частная, смешанная) и т.д.

## **2. Изучение товарного предложения потребительских товаров (например, водки) на потребительском рынке региона**

### *2.1. Источники формирования товарного предложения на потребительском рынке*

Характеристика источников товарного предложения исследуемых товаров на региональном потребительском рынке. Осуществить анализ производства и продажи исследуемого товара на потребительском рынке региона в динамике за ряд лет.

Проанализировать поступление на территорию региона товаров из-за рубежа и из других регионов страны в динамике.

Изучить поставку на экспорт исследуемых товаров предприятиями, организациями региона в динамике.

Определить на основе проведенного анализа основные внутренние и внешние источники поступления исследуемых товаров на потребительский рынок региона, дать характеристику основных поставщиков на рынок области.

### *2.2. Изучение и оценка состояния розничной торговли в регионе*

Провести выборочное обследование и анализ предприятий розничной торговли региона, осуществляющих реализацию исследуемой группы товаров, т.ч. в разрезе организационно-правовых форм, типу предприятия, уровню специализации и т.д.

Провести анализ наличия в продаже в обследованных предприятиях торговли исследуемых товаров в разрезе производителей (отечественных и зарубежных), отдельных марок, видов и т.д.

*2.3. Изучить и оценить широту и полноту ассортимента исследуемых товаров в обследованных розничных торговых предприятиях в динамике, с расчетов базовой и фактической широты ассортимента, коэффициента новизны, коэффициента устойчивости ассортимента и т.д.*

*2.4. Анализ розничных цен на исследуемые товары*

Изучить и проанализировать минимальные, максимальные и средние цены на исследуемые товары в разрезе отдельных производителей и видов, марок. Рассчитать показатели марок, видов исследуемых товаров в зависимости от разброса цен.

**3. Оценка перспектив и основных направлений развития товарного предложения исследуемых товаров на региональном потребительском рынке**

Осуществить прогнозирование объемов производства и объемов продаж на будущий период различными количественными (экономико-статистическими, экономико-математическими и т.д.) и качественными методами (и методом экспертных оценок и др.).

На основе проведенного изучения и анализа товарного предложения на региональном потребительском рынке и осуществленного прогнозирования объемов производства и объемов продаж определить основные направления и перспективы развития товарного предложения исследуемых товаров в регионе.

### График выполнения самостоятельной работы

Наименование разделов и тем	Недели учебного процесса																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. Особенности товарного предложения на потребительском рынке в современных условиях 1.1. Источники формирования товарного предложения на потребительском рынке.	X	X	X															
1.2. Особенности товарного предложения на потребительском рынке региона				X	X	X	X											
2. Изучение товарного предложения потребительских товаров (например, водки) на потребительском рынке региона 2.1. Источники формирования предложения на потребительском рынке								X	X	X	X							
2.2. Изучение и оценка состояния розничной												X	X					

торговли в регионе																		
2.3. Изучить и оценить широту и полноту ассортимента исследуемых товаров в обследованных розничных торговых предприятиях в динамике													X					
2.4. Анализ розничных цен на исследуемые товары														X				
3. Оценка перспектив и основных направлений развития товарного предложения исследуемых товаров на региональном потребительском рынке															X	X		
Защита работ																		X

### **РАЗДЕЛ 3.**

#### **Контролирующие материалы**

Текущий контроль знаний студентов по дисциплине «Коммерческая деятельность» проводится в следующих формах: индивидуальные опросы по пройденному материалу, дискуссии, коллективное обсуждение научных докладов, подготовленных студентами, индивидуальная защита результатов практических занятий в устной форме.

Промежуточный контроль знаний студентов проводится в форме аудиторной письменной контрольной работы по следующим темам:

- 1) Особенности формирования сетевой торговли.
- 2) Особенности формирования электронной торговли.
- 3) Особенности формирования фирменной торговли.
- 4) Эффективность организации коммерческой деятельности.

#### **Вопросы к экзамену**

1. Классификация субъектов коммерческой деятельности.
2. Организационно-правовые формы коммерческих организаций
3. Содержание и виды коммерческой деятельности.
4. Контракты купли-продажи. Структура и содержание.
5. Базисные условия поставок.
6. Международные толкования торговых терминов «Инкотермс».
7. Предмет контракта, особенности указания количества товаров.
8. Виды цен и сроки поставки товаров.
9. Организация аукционной торговли.
10. Организация биржевой торговли.
11. Общие принципы биржевой торговли.
12. Компенсационные операции.
13. Операции с давальческим сырьем.
14. Аренда и финансовая аренда (лизинг).

15. Торговля промышленной и интеллектуальной собственностью.
16. Лицензионные договоры.
17. Виды торговли. Открытые и закрытые торги.
18. Условия платежей за проданные товары и услуги. Инкассовые формы расчетов.
19. Условия платежей за проданные товары и услуги. Аккредитивная форма расчетов.
20. Защита интересов продавца в контракте купли-продажи.

### **Примерные варианты тестов для проведения зачета**

1. Право, данное продавцом товаров посреднику, продавать товары на определенной территории и только через данного посредника, называют
  - а) простым
  - б) полуисключительным
  - в) исключительным
2. Биржевая сделка, предусматривающая куплю-продажу права на товар, представляет собой
  - а) сделку на реальный товар
  - б) фьючерсную сделку
  - в) сделку на наличный товар
3. Условия согласования в договоре купли-продажи операций по таре и упаковке
  - а) вид (внешняя и внутренняя тара, упаковка)
  - б) размеры, качество и маркировка в соответствии с законом и стандартом
  - в) условия оплаты
  - г) условия возврата

4. ... сбыта производственного предприятия – это минимальный уровень сбыта, при котором отсутствует убыток, но нет прибыли.

- а) точка безубыточности
- б) минимальный объем
- в) эффективность сбыта

5. Уровень торгового обслуживания

- а) процесс торгового обслуживания
- б) форма торгового обслуживания
- в) форма продажи
- г) метод продажи
- д) качество торгового обслуживания

6. Форма продажи товаров на предприятии

- а) организационный прием, представляющий собой сочетание методов обслуживания покупателей
- б) организационный прием доведения товаров до покупателей
- в) основная услуга, сопровождаемая получением сопутствующих товаров и услуг

7. Наиболее значимый показатель качества услуг с точки зрения потребителей

- а) надежность выполнения услуги
- б) компетентность, ответственность, уверенность и вежливость обслуживающего персонала
- в) индивидуальный подход к потребителям
- г) возможность увидеть оборудование, персонал, наличие информационных потоков

8. Условия возврата товаров ненадлежащего качества покупателем их поставщику

- а) замена товаров в равном количестве на качественную продукцию
- б) уплата штрафа за поставку товаров ненадлежащего качества

в) возмещение стоимости товаров по безналичному расчету

г) представление покупателем расходных накладных и актов о несоответствии качества товаров требованиям стандарта и расходных накладных

9. Транзитная форма товародвижения

а) от производителя в места продажи или потребления через одно или несколько складских звеньев посредников

б) централизованная доставка

в) от производителя непосредственно в места продажи или потребления, минуя склады посредников

10. Группы показателей метода SWOT для оценки деловой среды компании и определения перспектив ее развития

а) стратегический рост компании

в) сильные и слабые стороны компании

б) относительная доля рынка

г) возможности компании и угрозы, содержащиеся во внешней среде