

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО ОСНОВАМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Методологические основы коммерческой деятельности в торговых организациях.

1.1. Цели и задачи коммерческой деятельности в торговых организациях.

Основные понятия: коммерция, торговля, коммерческая деятельность, товар, предпринимательство. ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».

Цели и задачи коммерческой деятельности в торговых организациях. Общность и различия понятий предпринимательская, коммерческая и торговая деятельность. Формы предпринимательской деятельности. Принципы коммерческой деятельности: безопасность, эффективность, взаимовыгодность, взаимозаинтересованность в сбыте товаров, обеспечение соответствия правовым и нравственным нормам.

Объекты торговли - товары, их назначение и роль в торговом процессе.

Состояние и перспективы развития торговли в России.

1.2. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности в сфере торговли.

Субъекты коммерческой деятельности: понятия. Организационно-правовые формы субъектов коммерции, их краткая характеристика.

Индивидуальные предприниматели как участники рынка; полные и коммандитные товарищества; общества с ограниченной и дополнительной ответственностью; акционерные общества; производственные кооперативы; государственные и муниципальные предприятия; некоммерческие организации, осуществляющие предпринимательскую деятельность. Особенности правового статуса индивидуальных предпринимателей. Организационно-правовые формы коммерческих организаций

Организация малого бизнеса в торговле: специфика, государственная поддержка, проблемы и перспективы, нормативно-правовая база.

Выгоды и риски субъектов торговой деятельности: понятия, виды, факторы, определяющие вероятность рисков. Основные типы отношения предпринимателя к риску. Выявление причин риска, способы его уменьшения.

2. Исследование и прогнозирование емкости рынка.

2.1. Содержание исследования товарного рынка.

Понятие товарного рынка и показатели его исследования. Понятие товара и основы классификации товарных групп. Краткая характеристика товарных рынков. Инфраструктура рынка. Основные задачи и направления исследования товарного рынка. Емкость и конъюнктура рынка.

2.2. Прогнозирование емкости рынка.

Информационная база для прогнозирования емкости рынка. Содержание и виды прогнозирования потребительского спроса. Определение текущего и перспективного спроса. Методы прогнозирования товарно-групповой структуры потребительского спроса.

3. Содержание и особенности коммерческо-посреднической деятельности.

3.1. Сущность и роль оптово-посреднических звеньев товарного обращения.

Содержание и особенности оптово-посреднической деятельности в рыночных условиях. Классификация торговых посредников: типовое, видовое разнообразие оптово-посреднических структур. Характеристика оптово-посреднических структур федерального и регионального масштаба. Сущность коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров с полным набором закупочно-сбытовых операций. Организаторы оптового товарооборота: товарные биржи, ярмарки, выставки, аукционы. Оптовые посредники, не приобретающие права собственности на товар.

3.2. Особенности розничной торговли.

Коммерческая деятельность по розничной продаже товаров. Отличительные признаки предприятия розничной торговли. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента на розничном предприятии. Розничная продажа и торговое обслуживание покупателей.

3.3. Роль посредников в организации внешнеэкономической деятельности.

Содержание внешнеэкономической деятельности, принципы организации, пути развития. Роль посредников организации коммерческой деятельности на внешнем рынке. Сущность и содержание международных коммерческих торгово-посреднических операций.

4. Государственное регулирование коммерческой деятельности.

4.1. Органы государственного регулирования и их назначение.

Объективная необходимость и сущность государственного регулирования торговли. Органы государственного регулирования торговли. Регулирование коммерческой деятельности посредством нормативных государственных актов.

4.2. Система государственных материальных резервов.

Сущность, назначение и объективная необходимость государственных материальных резервов. Организационное построение, задачи и логические каналы единой федеральной системы государственного резерва РФ. Организация поставок материальных ценностей в государственный резерв, его размещения и выпуска.

5. Особенности коммерческой деятельности на промышленном предприятии.

5.1. Коммерческая деятельность по закупкам материально-технических ресурсов.

Изучение рынка сырья и материалов. Определение потребности предприятия в материальных ресурсах. Составление планов закупок материальных ресурсов. Стоимостной анализ заготовительной сферы. Хозяйственные связи по поставкам продукции. Формы расчетов при закупке материальных ресурсов.

5.2. Коммерческая деятельность по сбыту готовой продукции.

Исследование рынка промышленной продукции. Определение емкости рынка. Обоснование ассортимента. Оперативно-сбытовая работа на предприятии. Система расчетов, используемая при продаже товаров промышленного предприятия.

6. Организация управления коммерческой деятельностью.

6.1. Особенности управления коммерческой деятельностью на торгово-посредническом предприятии.

Принципиальные основы построения организационных структур. Схемы построения структур управления коммерческой деятельностью в коммерческо-посредническом предприятии. Функции аппарата управления торгово - посреднических предприятий.

6.2. Особенности управления коммерческой деятельностью на производ-

ственном предприятии.

Структурное построение коммерческих служб промышленного предприятия. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью промышленного предприятия. Логистический подход к управлению коммерческой деятельностью. Функции аппарата управления коммерческой деятельности производственного промышленного предприятия.

6.3. Планирование товародвижения.

Управление каналами товародвижения, организация и эффективность системы товародвижения

Сущность, функции и задачи оптовой и розничной торговли

7. Оценка эффективности коммерческой деятельности. Безопасность коммерческой деятельности.

7.1. Ценообразование в процессе коммерческой деятельности.

Сущность и виды цен в рыночной экономике. Формирование цены. Методы определения базовой цены. Ценообразование как инструмент маркетинга.

7.2. Показатели оценки эффективности коммерческой деятельности.

Проблемы повышения эффективности коммерческой деятельности и ее оценки. Система показателей для оценки эффективности коммерческой деятельности на промышленном и торговом предприятиях.

7.3. Безопасность коммерческой деятельности.

Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Конфиденциальность и защита коммерческой информации.

Особенности защиты коммерческой тайны

Договор о неразглашении конфиденциальной информации

Обсуждена и одобрена на заседании Предметной экзаменационной комиссии.

Минимальное количество баллов для вступительного испытания по **ОСНОВАМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – 32 балла.**

Шкала оценивания вступительного испытания по ОСНОВАМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Оценка	«Неудовлетворительно»	«Удовлетворительно»	«Хорошо»	«Отлично»
Баллы	0 – 31	32 – 64	65 – 84	85 – 100