

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:02:31

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2020 г.



Рабочая программа дисциплины

Инфраструктура рынка

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника

Бакалавр

Для всех форм обучения

Симферополь 2020г.

Содержание

| | |
|--|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы | 3 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата | 4 |
| 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся | 4 |
| 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий | 5 |
| 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | 18 |
| 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 19 |
| 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины | 29 |
| 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины | 30 |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 30 |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) | 31 |
| 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 31 |

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине :

| Коды компетенции | Результаты освоения ОПОП | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|------------------|--|--|
| ПК-9 | <p>способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p> | <p>Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> <p>Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;</p> |
| ПК-15 | <p>умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> | <p>проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</p> <p>Владеть: способностью оценивать воздействие</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании |
|--|--|---|

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Инфраструктура рынка» входит в вариативную часть.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц (ЗЕ), 108 академических часов.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

| Объем дисциплины | Всего часов |
|--|-------------|
| Общая трудоемкость дисциплины | 108 |
| Контактная работа | 60 |
| Аудиторная работа (всего): | 54 |
| Лекции | 26 |
| Семинары, практические занятия | 28 |
| Внеаудиторная работа (всего): | |
| Самостоятельная работа обучающихся (всего) | 48 |

| | |
|---------|---|
| Экзамен | 6 |
|---------|---|

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы 180 часов

| Объём дисциплины | Всего часов |
|--|-------------|
| Общая трудоёмкость дисциплины | 108 |
| Контактная работа | 16 |
| Аудиторная работа (всего): | 10 |
| Лекции | 4 |
| Семинары, практические занятия | 6 |
| Внеаудиторная работа (всего): | |
| Самостоятельная работа обучающихся (всего) | 92 |
| Экзамен | 6 |

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

| № тем ы | Наименование темы | Всего | | Количество часов | | | | | |
|------------|--|-------|------|-------------------|-----|----------|-----|---------------------|-----|
| | | ОФО | ЗФО | Аудиторная работа | | | | Внеаудит. работа | |
| | | | | Лекции | | Семинары | | Самост. работа | |
| | | | | 0ФО | 3ФО | 0ФО | 3ФО | 0ФО | 3ФО |
| 1 | Инфраструктура рынка и проблемы его развития. | 12 | 9.5 | 4 | 0,5 | 4 | 1 | 4 | 8 |
| 2 | Принципы и особенности деятельности посредников на товарном рынке. | 12 | 11 | 4 | 0,5 | 4 | 0,5 | 4 | 10 |
| 3 | Предприятия оптовой торговли. | 8 | 11 | 2 | 0,5 | 2 | 0,5 | 4 | 10 |
| 4 | Услуги предприятий оптовой торговли. | 10 | 11 | 2 | 0,5 | 2 | 0,5 | 6 | 10 |
| 5 | Предприятия розничной торговли. | 12 | 11 | 2 | 0,5 | 4 | 0,5 | 6 | 10 |
| 6 | Товарные биржи. | 10 | 12 | 2 | 0,5 | 2 | 0,5 | 6 | 11 |
| 7 | Брокерская деятельность на товарных биржах. | 14 | 12 | 4 | 0,5 | 4 | 0,5 | 6 | 11 |
| 8 | Лизинг. | 10 | 11.5 | 2 | - | 2 | 0,5 | 6 | 11 |
| 9 | Персональная продажа. | 11 | 12 | 4 | 0,5 | 4 | 0,5 | 6 | 11 |
| | Экзамен | 6 | 6 | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|--|---------------------|-----|-----|----|---|----|---|----|----|
| | Всего по дисциплине | 108 | 108 | 26 | 4 | 28 | 6 | 48 | 92 |
|--|---------------------|-----|-----|----|---|----|---|----|----|

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Инфраструктура рынка и проблемы его развития.

Понятие «нужда», «потребность». Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособностью потребителя. Материальная и невещественная формы товара. Соглашение как добровольное согласие двух или нескольких лиц. Характерные признаки рынка: самостоятельность участников; конкуренция между субъектами ведения хозяйства формирования экологического предложения. Виды рынков: труды; капиталов; товаров и услуг; научно-технических знаний. Структура товарного рынка: закрытый сектор; открытый сектор; долгосрочные коммерческие соглашения. Рынок товаров потребительского назначения; рынок товаров производственно-технического назначения.

Функции современного товарного рынка: информативная; регулировочная; санкционная; социальная. Условия функционирования товарного рынка: материальная заинтересованность производителя; наличие резервов производственных мощностей и рабочей силы; наличие инфраструктуры рыночного хозяйства; наличие стойкого денежного оборота. Показатели функционирования товарного рынка: вместимость; динамика развития; степень диверсифицированности; качество товара; конкурентоспособность.

Товарные рынки как экономическая категория. Характеристика рынка товарных ресурсов в России. Проблемы становления национального рынка. Балансы ресурсов товаров народного потребления, их роль в прогнозировании и планировании внутреннего рынка товаров народного потребления.

Инфраструктура товарного рынка (ИТР) как комплекс его составляющих, совокупность институтов (организации, учреждений, посредников), комплекс видов деятельности. Локальный и национальный уровни рыночной инфраструктуры товарного рынка. Подсистемы инфраструктуры товарного рынка: организационно-техническая; финансово-кредитная; научно-исследовательская.

Элементы ИТР: коммерчески консультационные организации; торгово-посреднические организации; финансово-кредитные организации; специальные зоны свободного предпринимательства; страховые компании; транспортно-экспедиционная система; система связи; складское и товарное хозяйство; топливо - энергетический комплекс; организации из трудового обеспечения; лизинговые организации; охранительные организации и предприятия; законодательные и контролирующие органы; информационные организации; заведения образования. Составляющие ИТР : организационная; материальная; информационная; кредитно-расчетная; кадровая.

Функции ИТР: содействие субъектам товарного рынка в реализации их интересов; организационное оформление коммерчески хозяйственных отношений; обеспечение юридического, финансового, страхового, контрольного обслуживания; изучение конъюнктуры рынка; торговая деятельность; посредничество; предоставление услуг.

Макроэкономические показатели товарного рынка: абсолютные (стоимостные и натуральные); относительные (проценты, дни). Общий

товарооборот предприятий оптовой торговли. Валовой и чистый товарооборот.

Тема 2. Принципы и особенности деятельности посредников на товарном рынке.

Маркетинговые посредники как специализированные звенья организационной составной инфраструктуры товарного рынка. Необходимость использования посредников. Финансовые посредники: банки; кредитные и страховые посредники. Торговые посредники: юридические и физические лица как сбытовые хозяйственные субъекты. Поверенные представители. Коммивояжеры. Комиссионеры. Консигнаторы. Безвозвратная, частичная и поворотная консигнация. Сбытовые посредники (дистрибьюторы). Дилеры. Оптовики-купцы: оптовик организатор; оптовик консигнатор; сельскохозяйственные производственные кооперативы; оптовик-посылторговец. Агенты и брокеры. Специализированные оптовики: оптовики-закупщики сельхозпродуктов; оптовые нефтебазы; оптовики-аукционисты.

Самостоятельные оптовые фирмы. Посреднические фирмы. Оптовые отделения промышленных компаний. Закупочные организации и оптовые составы розничных фирм. Оптовые заготовители сельскохозяйственной продукции. Оптовые фирмы из торговли нефтепродуктами. Типичные каналы распределения продукции. Структура оптовой торговли. Оптовые торговые операции.

Тема 3. Предприятия оптовой торговли.

Оптовая торговля. Формы организации оптовой деятельности: оптовая деятельность производителей, деятельность оптовых посредников; деятельность агентов и брокеров. Оптовики с полным и ограниченным обслуживанием.

Общее обращение. Розничный товарооборот. Транзитный товарооборот. Удельный вес товара. Общий объем продажи. Абсолютный объем продажи товарной группы и отдельного товара. Объем товарных запасов оптовой торговли. Структура товарных запасов. Уровень товарных запасов. Скорость товарооборота. Длительность одного вращения. Расходы оборота оптовой торговли.

Условия для создания оптовых продовольственных рынков в России. Необходимость формирования ОПР в России. Субъекты рынка, которые заинтересованы в создании оптового продовольственного рынка. Основные источники финансирования развития ОПР.

Группы предприятий оптового рынка: предприятия для переработки товаров; торговые посредники для перепродажи; государственные учреждения для выполнения своих функций. Классификация предприятий оптовой торговли: за дислокацией; за масштабами и зоной деятельности; за товарной специализацией; по объему выполняемых функций; по размеру.

Функции предприятий оптовой торговли: организационные; реализационные; торгово-посреднические. Совокупные услуги предприятий оптовой торговли: коммерческие; технологические; информационно консультационные; финансово расчетные и кредитные; арендные и прокатные; транспортно экспедиционные. Коммерчески посреднические фирмы. Торговые дома: посреднического типа; информационно коммерческого типа; торгового типа; производственно-торгового типу.

Статистические показатели деятельности предприятий оптовой торговли: оптового товарооборота; розничного товарооборота; оборота от посреднической деятельности. Финансовые показатели деятельности оптового предприятия: доходы за видами деятельности; расходы за видами деятельности; прибыль (убыток); чистая прибыль (убыток).

Понятие доходов торговых предприятий. Состав и источники образования доходов торгового предприятия. Характеристика доходов торгового предприятия. Факторы, которые определяют размер доходов торгового предприятия. Стратегия анализа доходов. Предпосылки и методические подходы к анализу доходов предприятия. Анализ доходов предприятия. Метод обоснования плана-прогноза доходов торгового предприятия. Прогнозирование и планирование доходов торговых предприятий и направления их увеличения.

Понятие расходов обращения торгового предприятия. Классификация расходов обращения. Показатели, которые характеризуют расходы обращения: абсолютная сумма расходов; уровень расходов вращения по общему объему и отдельным статьям; показатель экономичности расходов; показатель эффективности использования употребленных ресурсов; затратность. Номенклатура расходов вращения и их характеристика. Факторы, которые определяют размер расходов обращения торгового предприятия. Нормирование расходов вращения как нормативная база их прогнозирования. Методические подходы к разработке планов-прогнозов расходов вращения. Предпосылки и методические подходы к анализу и планированию расходов обращения торгового предприятия. Анализ расходов вращения торгового предприятия. Прогнозирование и планирование расходов вращения торгового предприятия.

Экономическое содержание прибыли торгового предприятия и источников его образования. Рентабельность торгового предприятия и показатели, что их характеризуют. Факторы, которые формируют прибыль и рентабельность торгового предприятия. Стратегия анализа и планирования прибыли предприятия. Анализ прибыльности торгового предприятия и оценка факторов, которые влияют на нее. Обоснование прогноза и плана прибыли предприятие распределение и использование прибыли предприятий. Планирование распределения прибыли.

Тема 4. Услуги предприятий оптовой торговли.

Производственные услуги предприятий оптовой торговли: сортировка, упаковка, разлив, распределение на мелкие партии, разрезание плоских материалов, сгибания, изготовления тары, сбора и налаживания сложной техники, монтирования оборудования, обкатка, регуляция. Материальные и невещественные услуги. Виды упаковки: производственная (складская); транспортная, потребительская, общественная, военная, специализированная.

Услуги транспортных предприятий: перевоз, фрахтование, расчетные операции за контрактами, таможенное декларирование грузов; грузо-разгрузочные работы; сохранение грузов; оформление необходимой товаросопроводительной документации; страхования грузов; сортировка; перетаривания. Составляющие транспортной системы: железнодорожный транспорт; водный транспорт; морской транспорт; воздушный транспорт; трубопроводный транспорт.

Материально-техническая база железнодорожного транспорта: путевое

хозяйство; станции; подвижной парк; депо; устройства электроснабжения; средства регуляции движения и управления эксплуатационной работой; средства связи. Материально-техническая база автомобильного транспорта: подвижной парк; автотранспортные предприятия; дорожное хозяйство; специальные сооружения. Материально-техническая база годового транспорта: флот; порты; заводы. Материально-техническая база морского транспорта: флот; порты; путевское хозяйство; электросвязь; судоремонтные заводы; судостроительные заводы. Материально-техническая база воздушного транспорта: летательные аппараты; аэропорт; авиаремонтные заводы.

Содержание технологического процесса на составит. Источники и способы поступления товаров на составит. Содержание работ по приемке товаров на составит: разгрузка товаров; проверка товаров по количеству; перемещение принятого груза и освобожденному пространству; распаковка товаров; проверка товаров по качеству; проверка товаров по накладной, метод слепой проверки, метод неполной слепой проверки. Определение места хранения товаров и перемещение их для складского хранения. Документы, используемые при приемке товаров: упаковочный письмо; коносамент; товарно-транспортная накладная; грузовая накладная; журнал регистрации принятых товаров; отчет о приеме товара; журнал регистрации приема возвратных товаров; накладная; заказ на поставку товара. Централизованная и децентрализованная системы приема товара.

Значение хранения товаров. Роль работников в организации хранения товаров. Планирование состав соверши площади. Способы заключения товаров. Расчет площади хранения. Перемещение товаров. Принципы хранения товаров. Уборка складских помещений и уход за оборудованием.

Организация доставки товаров вот поставщика на оптовый склад: оценка даты и времени поступления грузов; содержание работ по приему груза на состав; грузовая накладная; безналичный расчет за транспортное услуги; наличный расчет за транспортное услуги; журнал регистрации грузов; отчет о приемке товаров; методика доставки грузов; проверка товара.

Технологический процесс отгрузки товаров: организация работ по подготовке заказа к отгрузке; проверка маркировки; обязанности водителя; доставка грузов потребителю; системы доставки грузов; вопросы страхования грузов; снижение затрат при транспортировке грузов; факторы, влияющие на стоимость перевозки; функции управляющего транспортным отделом при отгрузке товаров.

Тема 5. Предприятия розничной торговли.

Понятие и экономическая сущность розничной торговли в системе маркетинга. Признаки розничной торговли: самостоятельность и инициативность; реализация непосредственно конечным потребителям наличностью; продажа лишь товаров определенного ассортимента; наличие торгового места. Функции розничной торговли: исследование конъюнктуры; поиск товаров; поиск поставщиков; оплата товаров, принятых вот поставщиков; формирование ассортимента; предоставление услуг и информации.

Сети розничной торговли: стационарная; передвижная; посылочная торговля. Предприятия розничной торговли по ассортиментному признаку: универсальные магазины; специализированные магазины;

узкоспециализированные магазины; комбинированные и смешанные магазины. Направления маркетинговых решений в розничной торговле: относительно выбора стратегии; определение рынка; относительно комплекса маркетинга. Мерчандайзинг как активизация продажи и создание удобств для покупателей.

Магазины самообслуживания: минимаркеты; универсамы; супермаркеты; гипермаркеты. Типы торговых предприятий с разным уровнем предлагаемых услуг обслуживания: розничные магазины самообслуживания; розничные торговые предприятия со свободным отбором товаров; розничные торговые предприятия с ограниченным обслуживанием; розничные торговые предприятия с полным обслуживанием. Торговые заведения за предлагаемым товарным ассортиментом: специализированные магазины; универмаги; универсамы; магазины товаров повседневного спроса. Розничные торговые заведения по признаком их принадлежности: корпоративные сети магазинов; потребительский кооператив; организации владельцев привилегий.

Функциональное назначение мелкорозничной торговой сети. Объекты мелкорозничной торговой сети: торговый павильон; киоск торговый; торговая палатка; пункты передвижной торговли; торговое место. Факторы влияния на успешное развитие розничной торговли: рациональная организация труда; широкая зона обслуживания; закупка товаров за относительно низкими ценами; хорошо подобранный ассортимент товаров слабая конкуренция со стороны стационарного магазина; высокая часть постоянных покупателей. Позитивные аспекты торговли через торговые автоматы: круглосуточный режим; возможность установки в местах наибольшей приближенности к покупателям; отсутствие конфликтов с покупателями.

Условия для осуществления мелкорозничной торговли. Организация мелкорозничной торговли. Логическая торговля: плодоовощной лоток; лоток с мороженым; лоток с бытовой химией; выносной лоток из продуктового магазина. Виды электронных киосков: информационный; рекламный; сервисный; электронной коммерции. Торговые терминалы.

Розничные рынки как элементы коммерческого предприятия. Организация торговли на розничном рынке. Факторы, которые влияют на определение ставки рыночного сбора на местном уровне: вид рынка и продукции; место расположения рынка. Нормативные акты Правительства; местные условия; статус продавца. Особенности торговли продовольственными и непродовольственными товарами на рынке. Направления совершенствования функционирования розничных рынков.

Задание фирменной торговли: изучение спроса; эффективное влияние на производителя; внедрение прогрессивных форм обслуживания; образцовая организация рекламы. Методы изучения покупателей в фирменных магазинах: опрос; пробные продажи; выставки-обзоры; выставки-продажи. Направления развития фирменной торговли в России.

Тема 6. Товарные биржи.

Товарная биржа как организация, которая объединяет юридические и физические лица. Регуляция биржевой деятельности. Внутренняя регуляция как подчинение ее деятельности собственным нормативным документам. Внешняя регуляция как подчиненность деятельности биржи нормативным актам государства.

Система государственной регуляции биржевого рынка. Основные сферы регуляции деятельности биржи: лицензирование биржи; регуляция рынка; регуляция деятельности участников; регуляция оборота товаров.

Участники биржевых торгов: присутствуют в биржевом зале; участники, которые заключают соглашения; постоянные посетители; группа, которая организует результат биржевых операций; группа, которая наблюдает за ведением биржевого торга. Полные и неполные члены биржи. Общественная структура биржи: общие собрания членов биржи; избирательные органы; ревизионная комиссия; биржевой совет; президиум биржевого совета; правление биржи. Стационарная структура биржи. Исполнительные подразделения. Специализированные органы биржи: котировальная комиссия; арбитражная комиссия; комиссия по приему новых членов; комиссия по торговой этике; комитет по торговому залу (рыночный комитет).

Биржевой товар. Сельскохозяйственные и лесные товары и продукты их переработки. Минеральное сырье и полуфабрикаты. Регламент биржи. Биржевые сессии. Арбитражные операции. Текущая и возведенная биржевая информация. Порядок заключения операций на товарной бирже. Стороны биржевой операции: организационная; экономическая; правовая; этическая. Виды биржевых операций: операции на реальный товар; фьючерсные операции; опционе операции.

Тема 7. Брокерская деятельность на товарных биржах.

Брокерская деятельность как основная в биржевой торговле. Регулирование биржевой и брокерской деятельности как совокупность конкретных способов и приемов по определенному упорядочению работы бирж и заключение биржевых сделок на основе установленных правил и требований. Цель регулирования биржевой и брокерской деятельности.

Механизм биржевого регулирования (управления) который включает правовое, нормативное, и информационное обеспечение. Подсистемы управления биржевой деятельностью. Управляющая подсистема, которая включает: государственные органы и саморегулируемые организации, законодательную инфраструктуру, этику биржевого рынка, традиции и обычаи.

Управляющая подсистема, которая выполняет координирующие, регулирующие, стимулирующие, организационные и контрольные функции. Организация движения финансовых ресурсов, обеспечение качества биржевых товаров, информационное обеспечение рынка.

Модели регулирования биржевой деятельности. Смешанные модели регулирования биржевой деятельности.

Государственное регулирование: разработка и реализация специальных нормативно-правовых актов; создание стандартов; регламентация основных процедур и государственный контроль за соблюдением действующего законодательства со стороны участников рынка.

Задачи государственного регулирования брокерской деятельности. Реализация государственной политики развития биржевого рынка. Обеспечение равных прав и безопасности для профессиональных участников и клиентов. Создание информационной системы о биржевом рынке и контроль за обязательным раскрытием информации участниками рынка. Саморегулирование, как использование методов общественной регуляции.

Разработка правил профессиональной деятельности на биржевом рынке и их повсеместное применение на практике, запрещена недобросовестной рекламы, формирование общественного мнения о биржевой деятельности.

Тема 8. Лизинг.

Понятия лизинга как предпринимательской деятельности и долгосрочной аренды. Функции лизинга: финансовая; производственная; сбытовая. Прямой и непрямой лизинг. Лизинг движимого имущества и лизинг недвижимости. Финансовый лизинг. Оперативный лизинг. Чистый, «мокрый лизинг и лизинг с частичным набором услуг. Внутринациональный, внешний, экспортный, импортный, транзитный лизинг. Лизинг по целевому назначению: действительный; фиктивный. Лизинг по способу финансирования: за счет собственных средств; за счет привлеченных средств; раздельный лизинг. Лизинг за характером лизинговых платежей: с денежным платежом; с компенсационным платежом; со смешанным платежом.

Признаки лизинговых платежей: по форме платежей (денежные; компенсационные; смешанные); за методом начисления (с фиксированной общей суммой, с авансом, с отсрочкой, за избранной сторонами договора основанием); за периодичностью выплаты (равными частями; неравными частями; ежемесячно; ежеквартальные; полугодовые; годовые).

Тема 9. Персональная продажа.

Виды возможных коммуникаций продавцов и покупателей при персональной продаже: торговый агент-покупатель; торговый агент-группа покупателей; служба продажи товаров предприятия - группа покупателей; производственное совещание; торговый семинар. Особенности персональной продажи: личностный характер; содействие установлению отношений между покупателем и продавцом; побуждение к реакции в ответ. Способы подхода к покупателю: комплиментарный; с предъявлением образца; с указанием преимуществ; драматичный подход; с вопросами. Задание управления взаимоотношениями с клиентами: идентификация клиента; дифференциация клиента; взаимодействие с клиентом; персонализация. Интегрирована маркетинговая коммуникация как концепция планирования маркетинговых коммуникаций. Система расчетных и нормативных показателей анализа деятельности торгового персонала.

Направления активизации продажи товаров: товар; место; цена; продвижение. Приемы активной продажи товаров: ориентация на целевой сегмент рынка; концентрированный маркетинг; расширение бренда; формирование постоянной клиентуры; обеспечение наглядности товарного предложения; максимальное упрощение для покупателя процесса осуществления покупки; распространение образцов товара бесплатно; обеспечение сервисного обслуживания; мониторинг потенциальных покупателей на основании создания банков данных; обеспечение удобства места; обеспечение привлекательности территории, которая прилегает к торговой точке; сотрудничество коммерческих предприятий, которые осуществляют продажу товаров и предоставляют услуги со средствами массовой информации; проведение акций награждения лучших покупателей; подарочный сертификат.

Продажа товаров методом самообслуживания. Планирование торгового

зала магазину самообслуживания. Формирование ассортимента товаров. Организация процесса обслуживания покупателей. Понятие мерчандайзинга. Организаторы мерчандайзинга: дистрибьютор; производитель; специализированное агентство. Организация системы мерчандайзинга: дистрибьютором; производителем; специализированным агентствами. Технологические приемы мерчандайзинга. Эффективные формы взаимодействия производителя-компании бренда с магазином: установление персональных отношений; предложение производителя-компании бренда предоставления специальных условий, выгодных для магазина; предоставление магазину фирменного оборудования для торговли; магазин и компания-бренд организуют общие проекты; большие производители могут предлагать магазинам свои мерчандайзинговые программы.

Продажа товаров по образцу: с отпуском товаров в торговом зале магазину; с доставкой отобранных товаров домой покупателю непосредственно из составов. Продажа товаров по почте. Продажа товаров через службу заказа и дома у покупателей. Торговля в рассрочку. Дегустация продукции как стимулятор осуществления покупки. Презентация активной продажи продукции.

4.3. Темы практических занятий

План семинарского занятия №1 .

Тема: «Сущностная характеристика товарного рынка»

Вопросы для обсуждения:

1. Рынок и его составляющие, как объект исследования .
 - А. Сущность и развитие рынка;
 - Б. Виды рынков;
2. Структура и классификация товарных рынков
 - А. Определение товарного рынка;
 - Б. Классификация товарных рынков;
3. Особенности товарного рынка и его инфраструктура
4. Проблемы развития ИТР в России

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия №2

Тема: «Макроорганизация оптовой торговли и инновационные коммерческие структуры»

Вопросы для обсуждения:

3. Сущность, роль и функции оптовой торговли.
 - А. Сущность и роль оптовой торговли в рыночной структуре;
 - Б. Функции оптовой торговли;
4. Формы, уровни и основные показатели организации оптовой деятельности..
 - А. Формы и уровни организации оптовой деятельности;
 - Б. Основные показатели организации оптовой деятельности ;
3. Принципы и особенности деятельности посредников на товарном рынке .
4. Инновационные коммерческие структуры (сам. работа).

План семинарского занятия № 3

Тема: «Конкурентные и государственные закупки»

Вопросы для обсуждения:

1. Основные способы конкурентных закупок .
2. Открытый конкурс..
 - А.Характеристика открытого конкурса.
 - Б.Подготовка открытого конкурса;

3. Государственные закупки .

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 4

Тема: «Производственная и транспортно-экспедиционная деятельность на товарном рынке»

Вопросы для обсуждения:

1. Роль производства в обеспечении функционирования товарного рынка .

А.Сущность производства;

Б. Производственные услуги оптовой торговли;

В.Упаковка.

2. Транспортная система и ее структурные элементы..

А.Характеристика транспортной системы;

Б.Услуги предоставляемые транспортными предприятиями;

В.Основные виды транспорта;

Г.Основные критерии выбора транспорта.

3. Технологический процесс отгрузки товаров .

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 5

Тема: «Основы информационной деятельности и интернет – технологии»

Вопросы для обсуждения:

1. Информационно-коммерческие и маркетингово-сбытовые центры .

А. Место и роль информационно-консультационных центров на товарном рынке;

Б. Задачи и функции маркетингово-сбытовых центров;

В. Реклама и рекламная деятельность.

2. Первичная и вторичная информация .

А. Первичная информация;

Б. Вторичная информация.

3. Структура электронной коммерции .

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 6

Тема: «Коммерческое предпринимательство в сфере услуг»

Вопросы для обсуждения:

1. Предпринимательская деятельность в сфере туризма .

А. Туризм и его характеристика;

Б. Проблемы развития турпредприятий в Крыму;

В. Виды предпринимательской деятельности.

2. Бытовое обслуживание .

3. Отельный и ресторанный бизнес .

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 7

Тема: «Инфраструктура товарного рынка, как организационно-

экономическая характеристика»**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные понятия инфраструктуры товарного рынка: .
 - А. Понятие «инфраструктуры товарного рынка»;
 - Б. Уровни инфраструктуры товарного рынка;
 - В. Обеспечение инфраструктуры товарного рынка.
2. Составные рыночной инфраструктуры и их характеристика .
3. Роль и функции инфраструктуры товарного рынка .

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 8**Тема: «Мелкорозничное предпринимательство и фирменная торговля»****Вопросы для обсуждения:**

1. Условия и организация мелкорозничной торговли .
 - А. Сущность розничной торговли;
 - Б. Развитие розничной торговли в России;
 - В. Коммерческие стратегии розничного торгового предприятия.
2. Розничные рынки в инфраструктуре внутренней торговли .
3. Фирменная торговля .

А.Современные форматы розничного бизнеса.

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 9**Тема: «Технология формирования хозяйственных связей»****Вопросы для обсуждения:**

5. Планирование коммерческих переговоров и их проведение .
 - А. Прямые договорные связи;
 - Б. Планирование коммерческих переговоров;
 - В. Тактика ведения коммерческих переговоров.
6. Виды договоров .
 - А. Договоры поставки и покупки - продажи.
 - Б. Агентский договор та договор консигнации.
 - В. Договор франчайзинга.

7. Фирменная торговля .

А.Современные форматы розничного бизнеса.

Форма проверки знаний – опрос.

План семинарского занятия № 10**Тема: «Товарные биржи и лизинг»****Вопросы для обсуждения:**

1. Сущность и эволюция становления биржевой деятельности..
 - А. Эволюция становления биржевой деятельности;
 - Б. Сущность и виды бирж;
 - В. Участники биржевых торгов.
2. Брокерская деятельность на товарных биржах..
 - А. Биржевые посредники и брокерская деятельность.
 - Б. Виды брокерской деятельности.
 - В. Механизм биржевой торговли.
3. Лизинг.
 - А. Сущность лизинга как экономической категории.

Б. Основные виды лизинговых соглашений и их специфические черты.

Форма проверки знаний – опрос.

Практическое занятие №1

Решение задач

Задача 1.

Объем производства за год планируется увеличить на 60%. Производительность труда рабочих повысить на 50%. Удельный вес специалистов среди работающих повышается за год с 20 до 25%. На начало года было 100 специалистов. Сколько потребуется взять новых специалистов, если естественная убыль составляет 2% в год?

Задача 2.

Инвестор приобрел 10 акций: 3 акции АО "Перспектива", 2 акции АО "Простор", 5 акций АО "РТК" с примерно равными курсовыми стоимостями. Как изменится (в процентах) совокупная стоимость пакета акций, если курсы акций АО "Перспектива" и АО "Простор" увеличатся на 10 и на 20% соответственно, а курс акций АО "РТК" упадет на 15%?

Задача 3.

Акционерное общество выпустило 20%-ную конвертируемую облигацию со сроком погашения через 10 лет. Номинальная цена облигации - 5000 руб. Через год облигация может обмениваться на 4 обыкновенные акции с номиналом 1000 руб. Рыночная доходность не-конвертируемых облигаций - 30%. Рыночная цена обыкновенных акций - 1500 руб. Какова облигационная стоимость конвертируемой облигации?

Определите конверсионную стоимость конвертируемой облигации. Выберите нижний предел рыночной цены данной облигации.

Задача 4.

Банк выпустил сберегательный сертификат на шесть месяцев номиналом 10 000 руб., который продается по цене 7 750 руб. При погашении данного сертификата выплачивается сумма 10 000 руб.

Рассчитайте годовой доход по данному сертификату.

Задача 5.

Известно, что «быки» играют на повышение. Петя Петров думал, что акции корпорации «Пиво», продававшие по 50 рублей, за штуку, быстро вырастут в цене. Он дал задание брокеру купить 200 акций «Пиво». Через две недели цена акции достигла 60 рублей. Петя Петров, распорядился продать акции. Какой доход получил Петров до выплаты комиссии брокеру? Если бы цена акции к моменту продажи упала до 35 рублей то, сколько бы потерял Петя Петров.

План семинарского занятия № 11

Тема: «Активизация продажи товаров»

Вопросы для обсуждения:

8. **Особенности персональной продажи..**

А. Сущность, задачи управления персональными продажами;

Б. этапы управления персональными продажами;

9. **Привлечение, отбор и организация работы торговых агентов. .**

А. Торговые агенты и их виды.

Б. Привлечение и отбор торговых агентов.

3. Система техобслуживания и сервиса в персональных продажах .

Практическое занятие № 2

Решение задач

Кейсы по теме

Кейс 1. Задача 1

1. Выручка от продажи продукции составила 80 млрд.руб., торговые издержки 16 млрд.руб. оплата труда рабочих предприятия - 30 млрд.руб., расходы на ведение коммерческой деятельности 22 млрд.руб., операционные расходы 5 млрд.руб.

Необходимо рассчитать: 1) прибыль, 2) рентабельность

Задача 2

2. Розничное торговое предприятие состоящее из двух секций, суммарная величина прибыли которых в 2012 г. составили 13 млн.руб. В 2013 г. запланировано увеличение прибыли первой секции на 75%, а второй - на 140%. В результате суммарная прибыль предприятия должна вырасти в два раза.

Рассчитать величину прибыли каждой секции: 1) в прошлом году, 2) в этом году.

Задача 3

3. Магазин № 1 и магазин № 2 торговой фирмы «Пятерочка» закупили бочку крымского вина. Магазин № 1 способен реализовать все вино в одиночку за 28 дней, а совместно с магазином № 2 - за 20 дней.

- за сколько дней сможет израсходовать всю бочку вина магазин № 2, если станет реализовывать ее один?

- за сколько дней магазин № 1 реализует 10 бочек;
- сколько бочек за эти же дни реализовали бы оба магазина совместно?
- сколько бочек за эти дни реализовал бы второй магазин?
- за сколько дней второй магазин реализовал бы одну бочку?

Практическое занятие №3

Решение задач

Задача 1

Цена автомобиля 50 тыс. руб. Он застрахован на сумму 40 тыс. руб., сроком на 1 год. За повреждение автомобиля в ДТП страховая компания установила ставку страхового тарифа 5% от страховой суммы. В договоре присутствует пункт по франшизе. Франшиза безусловная и составляет 10% от величины убытка. В соответствии с наличием франшизы в договоре предусматривается скидка к тарифу в размере 3%. Автомобиль с места аварии был доставлен на СТО, при этом расходы владельца составили 1200 руб. Стоимость материалов по ремонту автомобиля равна 8 тыс. руб. Оплата ремонтных работ 5 тыс. руб.

Стоимость поврежденного двигателя, подлежащего замене, 15 тыс. руб. Во время ремонта на автомобиль был поставлен более мощный двигатель стоимостью 20 тыс. руб. В договоре страхования пункт о дополнительных затратах отсутствует. Определите фактическую величину убытка, величину страховой премии, размер страхового возмещения.

Задача 2

Стоимость автомобиля 50 тыс. руб., он застрахован на сумму 40 тыс. руб., сроком на 1 год. Ставка 5% от страховой суммы.. По договору предусмотрены условная франшиза в размере 8% от застрахованной суммы. Скидка по тарифу вследствие применения франшизы 4%. В результате ДТП суммарные затраты

на ремонт составили 1,8 тыс. руб. и 5,4 тыс. руб. Затраты на установление антикора равны 800 руб. Дополнительные затраты в договоре предусмотрены. Определите отдельно по каждому варианту убыток, величину страхового возмещения, размер страховой премии.

Задача 3

Стоимость застрахованного оборудования составляет 14 000 д.е., страховая сумма 10 000 д.е., ущерб страхователя при наступлении страхового случая 8500 д.е.

Определите страховое возмещение по системе пропорциональной ответственности и по системе первого риска.

Задача 4

Инвентарь застрахован по системе пропорциональной ответственности на сумму 8425 д.е. Оценка, 9000 д.е., при какой сумме ущерба страховое возмещение будет равно 7425 д.е.?

Задача 5

Рассчитайте страховой ущерб при полной гибели сельскохозяйственного урожая, если средняя стоимость застрахованного урожая с 1 га 800 тыс. д.е. общая площадь посева 5 га.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| Тема (разделы) | Содержание заданий, выносимых на СРС | Кол-во часов ОФО | Кол-во часов ЗФО | Учебно-методическое обеспечение |
|----------------|--|------------------|------------------|---------------------------------|
| 1 | Инфраструктура рынка и проблемы его развития. | 4 | 8 | Учебно-методическое пособие |
| 2 | Принципы и особенности деятельности посредников на товарном рынке. | 4 | 10 | Учебно-методическое пособие |
| 3 | Предприятия оптовой торговли. | 4 | 10 | Учебно-методическое пособие |
| 4 | Услуги предприятий оптовой торговли. | 6 | 10 | Учебно-методическое пособие |
| 5 | Предприятия розничной торговли. | 6 | 10 | Учебно-методическое пособие |
| 6 | Товарные биржи. | 6 | 11 | Учебно-методическое пособие |
| 7 | Брокерская деятельность на товарных биржах. | 6 | 11 | Учебно-методическое пособие |
| 8 | Лизинг. | 6 | 11 | Учебно-методическое пособие |
| 9 | Персональная продажа. | 6 | 11 | Учебно-методическое пособие |

Для самостоятельной работы обучающихся разработаны следующие учебно-методические материалы:

- методические рекомендации по изучению дисциплины для студентов;
- терминологический словарь по дисциплине.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ПК-9

| | | |
|---|---|---|
| способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли | | |
| Этапы формирования компетенции | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; <i>6.2.1(18,30), 6.2.2(1, 6, 10,11)</i> | оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; <i>6.2.1(9-18,30-35), 6.2.2(1, 6, 10,12)</i> | способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли; <i>6.2.1(18,30-35), 6.2.2(1, 6, 10)</i> |
| Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания | | |
| Знает, если выполнил <i>6.2.1(18,30-35), 6.2.2(1, 6, 10, 11)</i> Умеет, если выполнил <i>6.2.1(9-18,30), 6.2.2(1, 6, 10,12)</i> Владеет, если выполнил <i>6.2.1(18,30-35), 6.2.2(1, 6, 10)</i> | | |

Компетенция ПК-15

| | | |
|---|---|--|
| умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании | | |
| Этапы формирования компетенции | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об | проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, | умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии |

| | | |
|---|--|--|
| инвестировании и финансировании 6.2.1(10, 11, 18, 32-35), 6.2.2(6, 10) | в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании 6.2.1(10, 11, 18, 32), 6.2.2(6, 10) | решений об инвестировании и финансировании.6.2.1(10, 11, 18, 32), 6.2.2(6, 10) |
| Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания | | |
| Знает, если выполнил 6.2.1(10, 11, 18, 32-35), 6.2.2(6, 10) | | |
| Умеет, если выполнил 6.2.1(10, 11, 18, 32), 6.2.2(6, 10) | | |
| Владеет, если выполнил 6.2.1(10, 11, 18, 32), 6.2.2(6, 10) | | |

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Экзамен

1. Предмет, цель и задачи дисциплины.
2. Понятие, сущность и классификация рынков.
3. Предпосылки функционирования рынка.
4. Необходимость и инструменты регулирования товарного рынка.
5. Элементы инфраструктуры рынка.
6. Особенности товарного рынка, условия его возникновения и функционирования. Субъекты и предметы товарного рынка.
7. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка. Роль торговли в развитии рыночной экономики.
8. Особенности маркетинговой деятельности торговых посредников на товарном рынке.
9. Сущность производственной деятельности в сфере обращения
10. Транспортная система и ее структурные элементы.
11. Виды транспорта.
12. Критерии выбора транспорта.
13. Характеристика транспортно-экспедиционной деятельности.
14. Маркетинг как функция управления торгово-посреднической деятельности.
15. Основные услуги торгового посредничества и виды посредников.
16. Субъекты и товары торгово-посреднической деятельности.
17. Реклама и рекламная деятельность.
18. Виды рекламы.
19. Торговый дом и его классификация.
20. Функции торгового дома.
21. Сущность и место оптовой торговли в рыночном процессе.
22. Основные виды оптовых посредников
23. Особенности оптовой торговли.
24. Виды предприятий оптовой торговли и их характеристика
25. Организация оптовых закупок товаров
26. Организация оптовой продажи товаров покупателям.
27. Кооперация в оптовой торговле
28. Характеристика договорных взаимоотношений между производителями и оптовыми посредниками
29. Аукционы, сущность виды порядок проведения

30. Выставки, ярмарки - сущность, цели, виды, порядок проведения
31. Сущность и назначение информационной и организационно-коммерческой деятельности
32. Условия предоставления информационных и организационно-коммерческих услуг
33. Понятие и виды розничной торговли.
34. Методы розничной торговли.
35. Виды розничных торговых предприятий
36. Виды бирж и основные функции, выполняемые биржами
37. Организация биржевой торговли.
38. Биржевые сделки.
39. Участники биржевых торгов
40. Управление биржей
41. Характеристика биржевого товара
42. Механизм ведения биржевого торга
43. Особенности функционирования фондовых и валютных бирж
44. Финансовые организации как важнейший элемент инфраструктуры рынка
45. Страховая компания и страховая деятельность коммерческих организаций в условиях риска на рынке
46. Информационная составляющая инфраструктуры рынка
47. Защита информации в организации
48. Происхождение торгов и их экономические функции.
49. Виды тендерных торгов и их характеристика
50. Подготовительная работа к проведению тендерных торгов
51. Агентский договор и договор консигнации.
52. Тактика ведения коммерческих переговоров.
53. Сущность лизинга.
54. Классификация форм лизинга.
55. Основные виды лизинговых соглашений и их специфические черты.
56. Преимущества и недостатки лизинга.
57. Сущность и задача персональной продажи товаров.
58. Торговые агенты и требования к ним.
59. Основные этапы эффективной персональной продажи и их содержание
60. Мерчендайзинг.

6.2.2. Темы рефератов

1. Система и признаки классификации рыночной инфраструктуры
2. Роль и место инфраструктуры в создании условий эффективного функционирования рынка
3. Понятие «биржа». Эволюция видов и типов бирж.
4. Функции современной биржи.
5. Биржи как элемент торгово-посреднической инфраструктуры
6. Товарная биржа как элемент рыночного механизма
7. Организация биржевой торговли и ее участники
8. Биржевые сделки
9. Страховые и спекулятивные биржевые операции
10. Методы анализа и прогнозирования изменения биржевых цен

11. Особенности функционирования фондовых и валютных бирж
12. Обзор развития мировой биржевой торговли.
13. Проблемы развития биржевой торговли в Республике Беларусь.
14. Схема функционирования и особенности системы электронной биржевой торговли.
15. Преимущество и недостатки электронной биржевой торговли.
16. Финансовые организации как важнейший элемент инфраструктуры рынка
17. Страховая компания и страховая деятельность коммерческих организаций в условиях риска
18. Классификация страхового дела, отрасли, виды, формы и системы страхования, страхование коммерческой деятельности
19. Информационная инфраструктура рынка и ее защита
20. Информационное обеспечение мониторинга товарного рынка
21. Защита информации в организации
22. Конкурсные торги как важнейший элемент рыночного регулирования товарного рынка
23. История возникновения торгов. Виды торгов в Римской империи (торги на труд; торги на труд с материалом; торги на поставку материала В.
24. Первые торги в России и Беларуси.
25. Происхождение торгов и их экономические функции. Торги как один из способов регулирования современной экономики
26. Виды тендерных торгов и их характеристика
27. Использование Интернет и современных информационных технологий в тендерных торгах.
28. Основные этапы и процедуры проведения тендерных торгов
29. Практика проведения международных тендерных торгов
30. Специфика подготовки и проведения электронных торгов
31. Международная и национальная практика планирования этапов и осуществления последовательности проведения тендерных торгов
32. Основные направления совершенствования тендерных торгов и повышение их результативности
33. Правовая регламентация международных тендерных торгов и требования, предъявляемые к их организаторам и участникам.
34. Выставочно-ярмарочная деятельность
35. Торгово-промышленная палата как элемент рыночной инфраструктуры
36. Роль торгово-промышленной палаты в области выставочно-ярмарочной деятельности
37. Посреднические структуры и вспомогательные отрасли, обеспечивающие эффективное доведение товаров до потребителя
38. Коммерческо-посреднические организации
39. Транспортные системы и услуги связи
40. Инфраструктура товарного рынка и экономические основы ее функционирования
41. Сущность, понятия и элементы инфраструктуры товарного рынка
42. Сущность товарного рынка. Основные элементы товарного рынка

6.2.3. Тесты:

1. Основной объект коммерческо-хозяйственных взаимоотношений между субъектами рынка:

- А. договор поставки;
- Б. мобильная связь;
- В. товар;
- Г. складское хозяйство.

2. Сфера обращения является:

- А. товарным рынком;
- Б. местом встречи изготовителя с покупателем;
- В. цехом по ремонту тары, поддонов;
- Г. складом комплектующих изделий.

3. Признаки товарного рынка:

- А. массовый характер взаимоотношений коммерческих партнеров;
- Б. энергетическое обеспечение производства;
- В. наличие товаров на всех уровнях товаропродвижения;
- Г. рациональная эксплуатация машин и механизмов.

4. Товаром является:

- А. минеральная вода, наполненная в сосуд из естественного источника;
- Б. рыбное блюдо, изготовленное и употребляемое самим рыболовом;
- В. бутылка с минеральной водой;
- Г. стихотворение, опубликованное в поэтическом сборнике.

5. Товар предназначен для потребления:

- А. производственного;
- Б. заочного;
- В. духовного;
- Г. еженедельного.

6. Достоинствами товарного рынка являются:

- А. препятствия монополизации на рынке;
- Б. рационализация деятельности властных структур;
- В. освобождение экономики от товарного дефицита;
- Г. снижение производственных затрат.

7. Основные законы рыночной экономики:

- А. совместности;
- Б. стоимости;
- В. спроса и предложения;
- Г. этики.

8. Термин «инфраструктура» означает:

- А. фундамент;
- Б. основание и строение;
- В. сочетание твердости и упругости;
- Г. распределение задач и функций.

9. Элементы инфраструктуры товарного рынка:

- А. организации по оказанию услуг;
- Б. органы внутренних дел;

- В.информационные организации;
- Г службы материально-технического снабжения.

10. Инфраструктура товарного рынка в стране в настоящее время сформирована полностью:

- А.да;
- Б.нет.

11.Развитию отечественного товарного рынка содействуют:

- А.свобода выбора торгового партнера;
- Б.оптимальное расположение строительных объектов;
- В.рациональное функционирование инфраструктуры товарного рынка;
- Г. рост производственных мощностей предприятий.

12. В состав организованного товарного рынка входят:

- А.страховые компании;
- Б.предприятия розничной торговли;
- В.дистрибьюторские фирмы;
- Г аукционы.

13. Функции предприятия оптовой торговли:

- А.реализационные;
- Б.координационные;
- В.торгово-посреднические;
- Г учетно-статистические.

14. Современный оптовый продовольственный рынок располагает:

- А.нотариальной конторой;
- Б.лабораторией качества товарной продукции;
- В.отделом налоговой инспекции;
- Г гостиницей или общежитием.

15. Функции товарной биржи:

- А.совершение сделок в отсутствие самого товара;
- Б.обезличивание торговых сделок и заменяемость контрактов по ним;
- В.проведение конкурсов покупателей;
- Г организация аукционных торгов.

16. Торговый дом это:

- А.организация по кредитованию и субсидированию;
- Б.многоотраслевое коммерческое предприятие;
- В.учреждение по подготовке торговых работников;
- Г предприятие, осуществляющее действия по экспорту и импорту.

17. В консигнационной торговле участвуют:

- А.консигнант;
- Б.коммивояжер;
- В.консигнатор;
- Г агент.

18. Аукционный способ торговли применяется:

- А.когда необходимо срочно реализовать товар;
- Б.при сбыте ненужного неконкурентоспособного товара;
- В.если продавец желает заявить о себе в предпринимательском мире;
- Г в случае коммерческого использования уникальности товара.

19. Ярмарки функционируют в целях:

- А. А.роста производительности труда;
- Б. Б.формирования производителями производственной программы;
- В. В.улучшения дисциплины поставок;
- Г. Г.демонополизации в сфере производства и обращения.

20. Участники аукционных торгов:

- А. А.аукционист;
- Б. Б.консигнатор;
- В. В.аукциомен;
- Г. Г.аукционер.

21. На российском товарном рынке функционируют:

- А.изготовители
- Б.фьючерсные поставщики
- В.эксклюзивные поставщики
- Г. посреднические поставщики

22. Коммерческо-посреднические организации товарного рынка:

- А.аукционы
- Б.дилерские фирмы
- В.мелкооптовые магазины
- Г. брокерские организации

23. Агентские соглашения регулируют отношения между:

- А. агентами
- Б. принципалом и агентом
- В. третьим лицом и агентом
- Г. третьими лицами

24. Дилер становится собственником товара:

- А. временно
- Б. никогда
- В. комплектного
- Г. престижного

25. Методы распространения товаров дистрибьюторами

- А. тактический
- Б. сетевой маркетинг
- В. прямая продажа
- Г. линейное программирование

26. На товарном рынке функционируют тип дистрибьютора

- А. многопрофильный
- Б. нерегулярный
- В. последовательный
- Г. эксклюзивный

27. Бартерная контора функционирует в целях

- А. сохранения денежного капитала
- Б. трехстороннего обмена
- В. снижения рисков у товаропроизводителей
- Г. снижение издержек обращения

28. Прибыль дилерской фирмы обеспечивает

- А. поднятие цены на товар
- Б. снижение наличия товаров на складе

В.рациональные транспортные маршруты
 Г. разница между ценой на приобретенный товар и ценой ее реализации

29.Типы агентов на товарном рынке

А.финансовые
 Б.конкурентов
 В.комиссионеры
 Г. производителей

30.Различают виды торгово-промышленных палат

А.межнациональная
 Б.национальная
 В.латентно - экспертная
 Г. Заграничная

31.Посредники принимают на себя

А.стабилизацию ценообразования
 Б.финансовые риски
 В.заботу по товарному сбыту
 Г. страховые обязательства

32.Сделки через посредников имеют преимущества

А.расширение коммерческо-хозяйственных связей
 Б.сокращение документооборота
 В.рост объемов транспортных перевозок
 Г. снижение складских расходов в целом на товарном рынке

33.Обязанности агентской фирмы

А.возможность извлечения дополнительной прибыли
 Б.информирование принципала
 В.приобретение товара принципала без его ведома и разрешения
 Г. отчетность перед принципалом по соответствующей форме

34.Агентские фирмы подразделяются на

А.генеральные
 Б.стратегические
 В.специальные
 Г. корпоративные

35.Дилерская фирма стремится реализовать товар

А.поэтапно
 Б.быстро
 В.выжидая повышения цен на товарном рынке
 Г. медленно, сообразуясь с рыночной ситуацией

36.Дистрибьюторская фирма ведет работу согласно

А.длительного договорного соглашения с изготовителем товара
 Б.требованиям рынка в определенный период
 В.рекомендациям административных структур
 Г. развитию коммерческо-хозяйственных связей на товарном рынке

37.Услуги, оказываемые дистрибьюторскими фирмами

А.ценообразование
 Б.заблаговременной извещением субъектов товарного рынка о новых товарах

В.подготовка продукции к производственному потреблению

Г. улучшение дизайна товарного изделия

38.На товаром рынке брокер

А.сделки заключает за свой счет

Б.действует на основе отдельных поручений клиента

В.имеет серьезные полномочия самостоятельно вести торговые сделки

Г. получает вознаграждение за виды и объемы и реализации товарной продукции

39.В круг забот брокерской фирмы входит

А.материальные запасы

Б.вопросы финансирования

В.коммерческие риски

Г. выполнение поручений строго в пределах своих полномочий

40.Функции торгово-промышленной палаты

А.проведение конкурсов предпринимателей

Б.аудит деятельности крупных предпринимательских структур

В.содействие всем видам предпринимательства

Г. проведение по поручению предпринимателей сертификации.

Экспертизы качества и комплектности товарной продукции

41.Социально-экономическая полезность делает услугу

А.доступной узкому кругу субъектов рынка;

Б.предметом торговли;

В.средством этикета;

Г. комплексом экономического и правового воздействия на предпринимателей.

42.Услуга – это

А.Выгоды;

Б.продукция культурной и спортивной жизни;

В.предметы бытового использования;

Г. мероприятия.

43.Организация по оказанию услуг

А.консигнационная фирма;

Б.конообъединение;

В.лизинговая фирма;

Г. кофе-бар.

44.Является ли услугой комиссионная торговля

А.да

Б.нет

45.Прокат бывает

А.косвенный;

Б.посреднический;

В.прямой;

Г. распределительный.

46.Участник посреднического проката

А.владелец механизма;

Б.мастерская по ремонту приборов, инструментов;

В.консигнатор;

Г. коммивояжер.

47.Юридическое закрепление лизинговой операции входит в этап сделки

- А. первый;
- Б. четвертый;
- В. второй;
- Г. третий.

48.Предпосылки для развития инжиниринга в стране

- А. кадровый потенциал;
- Б. широкий ассортимент полезных ископаемых;
- В. научно-технический потенциал;
- Г. транспортный потенциал.

49.Консультационные фирмы

- А. стационарные;
- Б. специализированные;
- В. корпоративные;
- Г. универсальные.

50. Виды консультирования

- А. процессное;
- Б. экспертное;
- В. коллегиальное;
- Г. разовое.

51.Услуги существенно влияют на

- А. общественно-политическую обстановку;
- Б. ресурсосбережение;
- В. избирательную компанию;
- Г. взаимоотношения субъектов товарного рынка.

52.Каждая услуга представляет собой

- А. средство разрешения предпринимательских конфликтов;
- Б. товар производственного назначения;
- В. объект купли-продажи;
- Г. производственно-технические отношения.

53.Предметом проката служат

- А. запасные части;
- Б. приборы;
- В. полуфабрикаты;
- Г. оборудование, требующее сложного монтажа.

54.Лизинг – это

- А. приобретение имущества на три месяца;
- Б. форма вложения средств в основные фонды без их единовременной мобилизации;
- В. приобретение оборудования на выгодных кредитных условиях;
- Г. обмен соответствующими видами имущества с другими субъектами рынка.

55.Причины участия субъекта рынка в лизинге

- А. сложное финансовое положение;
- Б. возможность расширения коммерческо-хозяйственных связей;

- В. оперативное занятие «ниши» на товарном рынке;
 Г. отсутствие возможности единовременной замены морально устаревшего оборудования

56. Объекты лизинга

- А. зерно из элеваторных запасов;
 Б. заводские, фабричные цеха;
 В. электродвигатель;
 Г. краска для дизайнерского решения офиса.

57. Виды инжиниринговых фирм

- А. инженерно-дорожные;
 Б. нефтеперерабатывающие;
 В. инженерно-исследовательские;
 Г. инженерно-строительные.

58. Инжиниринговые услуги

- А. социальные;
 Б. Б.допроектные;
 В. В.послепродажные;
 Г. проектные.

59. Клиент обращается в консалтинг с просьбой

- А. создать совершенно новую ситуацию;
 Б. Б.выдать образец товара на пробу;
 В. исправить ситуацию;
 Г. отремонтировать неисправность в компьютере.

60. определите последовательность этапов консультирования

- А. планирование проекта;
 Б. диагностика;
 В. осуществление;
 Г. подготовка.

Ключи к тестам

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| В | А | А,В | В,Г | А,В | А, В | Б, В | Б | А, В | Б | А, В | Б, Г | А, В | Б, Г | А, Б |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| Б,Г | А, В | А, Г | Б, Г | А, Г | А, Г | Б, Г | Б, В | А | Б,В | Б | А, Б | Г | В, Г | Б, Г |
| 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 |
| Б, В | Б, Г | Б, Г | А, В | Б | А | Б, В | Б | Г | В, Г | Б | А, Г | В | Б | Б, В |
| 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60 |
| А | В | А, В | Б, Г | А, Б | Б, Г | В | Б | Б | А, Г | Б, В | В, Г | А, Г | А, В | Г, Б, А, В |

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Ибрагимов Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 359 с.— Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/34459>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Дашков Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России, коммерция и технология торговли /Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц.-4-е изд., перераб. и доп. –М.: ИТК «Дашков и К», 2015. –912 с

3. Панкратова О.В. Инфраструктура рынка [Электронный ресурс] : практикум / О.В. Панкратова. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 127 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66038.html>

б).дополнительная учебная литература:

1. Внешняя торговля Республики Беларусь в условиях вступления в ВТО и евразийской интеграции [Электронный ресурс]/ А.Е. Дайнеко [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Минск: Белорусская наука, 2013.— 246 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29434>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Савчук О. А. Инфраструктура товарного рынка: учебно-методический комплекс – Минск: Изд-во ИПД, 2016, - 154 с.

3. Скамай Л.Г. Страховое дело. –М.: Юрайт –Издат, 2013.-352 с.

4. Толкачев А.Н. Коммерческое право [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Толкачев А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 360 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35277>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

5. Чалдаева Л.А., Блохина Т.К., Шемякина А.Б. Биржевое дело. –М.: Юрайт, 2013. –384 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.bkg.ru> (Раздел «Статьи» общетеоретические по маркетингу и брендингу и практические по организации продаж, ведению переговоров и др.)
2. <http://www.retail.ru/news/> (Новости розничной торговли)
3. <http://www.btl.ru> (Сайт Российской ассоциации стимулирования сбыта, включает статьи, интервью специалистов)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от

студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижения лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.