

ПРОГРАММА
вступительного испытания
для поступающих с целью получения
углубленного высшего образования
по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция»

Программа вступительного испытания для поступающих с целью получения углубленного высшего образования (магистратура) по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» разработана на основе типовых учебных программ учебных дисциплин общего высшего образования: «Экономика отрасли»; «Коммерческая деятельность»; «Организация и технология отрасли». Содержание программы носит комплексный системный междисциплинарный характер и ориентировано на выявление у поступающих общепрофессиональных и специальных знаний и умений, полученных по завершении общего высшего образования, необходимых для поступления в магистратуру. Программа определяет перечень вопросов, знание которых необходимо для сдачи вступительного испытания, и включает список рекомендуемой литературы, в которой представлены нормативные, научные, учебнометодические и иные материалы. Поступающий в магистратуру, допущенный к сдаче вступительного испытания по специальности, должен показать высокий уровень теоретической и практической подготовки, владение экономической терминологией и навыками работы с экономической научной литературой, знание действующего законодательства, понимание и умение анализа процессов, происходящих в национальной экономике, компетентность в вопросах, связанных с экономикой и управлением производством, оценкой эффективности деятельности организаций, а также умение применять свои знания для решения конкретных исследовательских и прикладных задач. Вступительное испытание проводится в устной форме по билетам. Отметка экзаменуемому выставляется по десятибалльной шкале.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Вопрос 1. Торговля как вид предпринимательской деятельности, её роль и место в системе национальной экономики Республики Беларусь.

Понятие и виды торговой деятельности

Место и роль торговли в экономической жизни общества. История возникновения и развития торговли. Основные этапы развития торговли в Беларуси.

Торговля как вид предпринимательской деятельности и отрасль национальной экономики. Роль, функции и задачи торговли в системе национальной экономики. Необходимость, возможность, причины обособления торговли в самостоятельную отрасль национальной экономики. Понятие торговой деятельности, её двойственный характер. Виды и формы торговой деятельности. Экономические связи торговли с другими отраслями экономики. Факторы, обуславливающие трансформацию торговли и торговой деятельности.

Экономические предпосылки и принципы устойчивого развития торговли в современных условиях. Черты и тенденции развития торговли. Глобализация, интеграция и их влияние на развитие компаний и торговых систем. Основные направления развития торговли в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Сфера товарного производства, товарного обращения, потребления товаров и услуг, взаимосвязь и взаимообусловленность. Сфера услуг и торговля, их вклад в экономику страны. Тенденции и закономерности роста и развития торговли. Понятие внутренней и внешней торговли.

Основные направления развития национальной торговли. Влияние Таможенного Союза, формирующегося Единого экономического пространства на перспективы развития торговли в Республике Беларусь.

Вопрос 2. Хозяйственный механизм и экономическая среда функционирования торговли

Понятие хозяйственного механизма. Типы хозяйственного механизма: теоретический, нормативный, реальный. Требования, предъявляемые к механизму хозяйствования: ориентация всех структурных звеньев хозяйственного механизма на достижение высоких конечных результатов с минимально допустимыми затратами; обеспечение самостоятельности и самокупаемости каждой структурной единицы и подразделения торговых организаций; использование новых научных подходов и разработок в практике экономического хозяйствования (система сбалансированных показателей, распределение затрат и результатов по центрам ответственности; бизнес-планирование, бюджетирование и др.), ориентация всех звеньев хозяйственного механизма на удовлетворение потребностей населения и хозяйствующих субъектов; сочетание личных и общественных интересов; соблюдение экономических интересов участников торгового

процесса; соблюдение принципа равенства всех субъектов хозяйствования; научная обоснованность методов хозяйствования; комплексность взаимосвязей, обеспечивающая его целостность, непрерывность функционирования, наличие прямых и обратных связей между элементами механизма, гибкость, способность к оперативным изменениям форм и методов хозяйствования при изменениях внутренней и внешней среды хозяйствования.

Базовые принципы рыночного механизма хозяйствования торговых организаций: экономичность, прибыльность, финансовая устойчивость, ориентированность на потребителя, возрастание рыночной стоимости организации (объектов бизнеса).

Структура хозяйственного механизма: прогнозирование и планирование, хозрасчётные отношения, экономические стимулы, организационная структура управления.

Экономическая сущность планирования и прогнозирования, отличие понятий. Виды планов: стратегические, тактические, оперативные, планы развития, планы-программы, бизнес-планы, плановые бюджеты и др. Цели, задачи, принципы, объекты, этапы, методы прогнозирования и планирования. Сочетание краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных горизонтов планирования. Предпосылки и информационная база для составления плана деятельности торговой организации. Нормативы и ограничения, учитываемые при составлении планов. Критерии выбора наилучшего варианта плана из имеющихся альтернатив. Процесс принятия плановых заданий.

Экономический анализ и его роль в прогнозировании и планировании торговой деятельности. Цели, задачи, приёмы и методы экономического анализа. Система показателей, используемых при проведении анализа. Способы анализа. Факторный анализ. Использование экономико-математических методов анализа. Документальное оформление результатов анализа.

Организация хозрасчётных отношений, основанная на принципах самокупаемости и самофинансирования. Принципы хозрасчётных отношений в организациях торговли и с контрагентами. Методы сочетания полного и внутреннего хозрасчёта. Прибыль как конечный результат деятельности. Материальная ответственность за результаты использования ресурсного потенциала организации.

Экономические стимулы – важнейший элемент хозяйственного механизма. Виды и разнообразие экономических рычагов и стимулов: оплата труда, торговые надбавки, цены, налоги, методы и направления распределения и использования прибыли.

Организационная структура управления как форма и метод разделения труда по принятию и реализации управленческих решений в целях соблюдения принципов хозяйственного механизма и развития торговой организации.

Вопрос 3. Понятие, структура, элементы потребительского рынка, исходные предпосылки его формирования. Показатели оценки состояния потребительского рынка и тенденции его развития

Рынок как механизм обмена, соединения спроса и предложения, обеспечения контактов продавцов и покупателей. Виды рынков и их классификация. Рынок потребительских товаров: понятие, элементы, структура, процессы функционирования. Регуляторы рынка.

Состояние рынка потребительских товаров и услуг – важнейший критерий развития национальной экономики, социальной стабильности, качества жизни людей. Показатели, характеризующие состояние рынка потребительских товаров и услуг: ёмкость рынка, количество торговых объектов, их торговая площадь, объём предложения товаров, объём покупательского спроса, соотношение продовольственных и непродовольственных товаров, количество контрагентов и условия работы с ними, число потребителей, сегменты рынка, темпы роста, рыночная доля и др.

Субъекты и объекты рынка потребительских товаров и услуг, механизм их взаимодействия. Факторы, способствующие установлению эффективных отношений между субъектами рынка: ориентация на потребителя, общие цели позиционирования, участие в принятии решений, доверие, честность, надёжность, обмен информацией, координация, последовательность действий, выполнение договоров в установленные сроки и качественно, справедливое распределение прибыли, своевременное проведение платежей, планирование запасов.

Закономерности и тенденции, факторы и перспективы развития рынка потребительских товаров и услуг в Республике Беларусь.

Вопрос 4. Покупательский спрос как форма проявления потребностей и условие развития сферы товарного обращения. Методы прогнозирования общего объёма и товарно-групповой структуры спроса на товары.

Потребности – исходная предпосылка формирования потребительского рынка. Диалектика развития потребностей. Покупательский спрос – как форма проявления потребностей и условие развития сферы товарного обращения. Факторы, определяющие объём, структуру и динамику развития спроса. Социальные нормативы как система основополагающих условий развития покупательского спроса. Минимальный потребительский бюджет, потребительская корзина, минимальная заработная плата. Показатели, используемые для оценки тенденций развития покупательского спроса.

Эластичность спроса от цены и доходов. Факторы, влияющие на эластичность спроса.

Закономерности и тенденции, характеризующие процесс развития покупательского спроса. Прогнозирование спроса как элемент экономической системы. Информационное обеспечение прогнозирования спроса. Этапы прогнозирования спроса. Баланс денежных доходов и расходов населения - важнейший источник получения информации и

результат прогнозирования покупательского спроса, объема и структуры. Методы прогнозирования покупательского спроса и учёта результатов прогноза в коммерческой деятельности.

Потребление: понятие, теории, оценка уровня и структуры потребления. Взаимосвязь спроса и потребления и их учет в деятельности торговых организаций и концепции развития торговли.

Вопрос 5. Товарное предложение как экономическая категория, источники его формирования. Современный механизм управления товарными ресурсами.

Товарное предложение как экономическая категория и составной элемент рынка. Экономический механизм взаимодействия торговли и производства. Особенности и источники формирования товарных ресурсов. Современный механизм, задачи и методы управления товарными ресурсами. Факторы, определяющие объем и структуру товарных ресурсов и степень их соответствия покупательскому спросу. Процесс закупки товарных ресурсов у поставщиков. Прогнозирование как элемент системы управления товарными ресурсами. Баланс формирования товарных ресурсов, методы его разработки.

Вопрос 6. Конъюнктура рынка потребительских товаров и услуг: система понятий и показателей; источники и виды информации, необходимые для изучения; методы исследования.

Конъюнктура как экономическая категория и конкретная экономическая рыночная ситуация. Источники и виды информации, необходимые для изучения конъюнктуры рынка и способы её получения.

Конъюнктурообразующие факторы. Задачи исследования конъюнктуры. Аспекты исследования конъюнктуры: анализ товарного предложения, спроса, потребления, запасов товаров, условий торговли, цен, прогноз перспектив развития рынка. Система показателей конъюнктуры рынка. Мониторинг рынка: цели, задачи, организация, методы исследования и прогнозирования.

Конъюнктурный обзор. Структура конъюнктурного обзора и методика его разработки. Особенности исследования и прогнозирования потребительского рынка. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка. Использование результатов мониторинга рынка в коммерческой деятельности и для выбора перспективной рыночной ниши.

Вопрос 7. Понятие, состав, значение розничного товарооборота и факторы, определяющие его объём и структуру Методика анализа и стратегии управления розничным товарооборотом.

Розничный товарооборот в системе экономических категорий и показателей социально-экономического развития страны, региона, деятельности организаций торговли.

Экономическая сущность розничного товарооборота. Состав и структура розничного товарооборота. Понятие физического объема товарооборота и

методика его исчисления. Показатели розничного товарооборота, их взаимосвязь и взаимообусловленность. Факторы, определяющие объём и структуру розничного товарооборота. Связь розничного товарооборота со спросом населения на товары. Методы государственного регулирования розничного товарооборота. Тенденции развития розничного товарооборота. Система управления розничным товарооборотом на макро-, мезо- и микроуровне. Стратегия планирования розничного товарооборота.

Модели стратегического регулирования розничного товарооборота. Исходные предпосылки и этапы разработки плана развития товарооборота. Анализ общего объёма и структуры розничного товарооборота. Последовательность и этапы анализа. Факторный анализ розничного товарооборота. Резервы роста товарооборота и методы определения неиспользованных резервов для их учёта при разработке мероприятий по наращиванию объёмов продаж и при разработке перспективной стратегии развития розничного товарооборота. Методы прогнозирования розничного товарооборота. Выбор оптимального варианта плана-прогноза. Ассортиментная политика организации, подходы к её разработке и пути совершенствования. Формирование ассортимента, текущее планирование и стратегическое регулирование ассортиментной структуры. Организация и контроль за ходом реализации планов товарооборота.

Вопрос 8. Понятие, сущность, классификация товарных запасов.

Показатели оценки их состояния и эффективности использования.

Пути ускорения товарооборачиваемости.

Товарные запасы – необходимое условие стабильного развития товарооборота. Понятие, сущность, причины образования, состав товарных запасов. Классификация товарных запасов. Факторы, определяющие величину товарных запасов. Показатели оценки состояния и эффективности использования товарных запасов. Методика анализа товарных запасов.

Время товарного обращения и факторы его определяющие. Взаимосвязь скорости оборота товарных запасов и прибыльности торговых организаций. Оценка эффективности размещения товарных запасов.

Вопрос 9. Методы планирования товарных запасов (определение нормативов товарных запасов). Специфика управления товарными запасами в оптовой, розничной торговле и общественном питании.

Методы определения рациональных товарных запасов. Оптимизация товарных запасов. Критерии оптимальности товарных запасов. Оперативный контроль за формированием товарных запасов. Модель стратегического управления товарными запасами.

Особенности анализа обеспеченности запасами, товарооборачиваемости, нормирования и планирования товарных запасов в организациях общественного питания. Специфика управления товарными запасами в оптовой торговле. Особенности анализа и расчёта плановой величины товарных запасов в оптовой торговле.

Вопрос 10. Понятие затрат и расходов торговой организации. Состав расходов. Расходы на реализацию товаров, принципы их классификации, факторы, влияющие на их размер.

Экономическая сущность понятий «затраты», «расходы», «издержки». Виды и состав расходов. Связь расходов торговой организации с издержками потребления.

Признаки классификации расходов на реализацию товаров. Номенклатура статей расходов торговой организации. Показатели, характеризующие состояние, динамику и эффективность текущих расходов торговой организации. Тенденции изменения расходов торговых организаций. Факторы, влияющие на величину расходов. Расходы по финансовой и инвестиционной деятельности: состав, тенденции изменения, специфика анализа и прогнозирования.

Вопрос 11. Методика анализа и планирования расходов на реализацию товаров.

Методика анализа расходов. Факторный анализ расходов. Оценка эффективности расходов. Издержкоёмкость реализации товаров и методы её измерения. Резервы снижения и направления оптимизации расходов торговой организации.

Прогнозирование и планирование расходов торговой организации. Исходные предпосылки, методы прогнозирования. Требования к обоснованности прогнозных показателей. Методика прогнозирования расходов по текущей деятельности в постатейном разрезе. Порядок разработки плана расходов. Разработка мероприятий, обеспечивающих выполнение плана по расходам торговой организации. Особенности прогнозирования и планирования расходов в организациях общественного питания и оптовой торговли.

Методы оптимизации расходов торговой организации. Особенности осуществления процесса снижения расходов в торговле – как условие роста конкурентоспособности торговых организаций.

Вопрос 12. Понятие экономической выгоды и доходов торговой организации. Состав доходов. Источники образования доходов. Факторы, влияющие на доход торговой организации, и методика расчёта их влияния.

Экономическая выгода. Доход как экономическая категория. Виды, состав, роль и значение доходов. Функции доходов. Источники формирования доходов. Направления использования доходов. Методы и принципы обоснования уровня торговых надбавок, скидок, наценок общественного питания.

Вопрос 13. Методика анализа и прогнозирования доходов торговой организации. Методы определения показателей, характеризующих надёжность прогнозных расчётов.

Цели, задачи, источники информации при проведении анализа доходов. Методика анализа доходов торговой организации. Факторный анализ доходов. Тенденции и пропорции в развитии доходов. Резервы, содействующие увеличению доходности торговой организации.

Методика прогнозирования и планирования доходов торговой организации. Методы расчёта прогнозной величины доходов торговой организации. Порядок разработки плана по доходам. Увязка плана по доходам с планами товарооборота, прибыли, затрат и стратегическими задачами по развитию торговой организации.

Методы определения показателей, характеризующих надёжность прогнозных расчётов доходов торговой организации. Точка безубыточности. Критическая величина доходов, коэффициент покрытия, запас финансовой прочности.

Экономическое обоснование резервов роста доходов.

Вопрос 14. Экономическая сущность, функции и виды прибыли в рыночной экономике. Источники образования прибыли в торговых организациях.

Прибыль как экономическая категория и обобщающий показатель результатов деятельности хозяйствующих субъектов. Функции прибыли. Виды прибыли. Порядок исчисления и методы учёта прибыли. Источники образования прибыли. Факторы, определяющие величину прибыли. Система налогообложения торговых организаций. Взаимоотношения торговых организаций с финансовой системой.

Вопрос 15. Понятие рентабельности торговой организации, методы её измерения и пути повышения. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность. Резервы и пути увеличения прибыли в торговле.

Рентабельность – относительный показатель прибыльности торговой организации. Показатели рентабельности и методы их определения. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность. Механизм управления рентабельностью и требования, к нему предъявляемые.

Выявление неиспользованных резервов роста рентабельности.

Вопрос 16. Методика анализа и планирования прибыли и рентабельности торговой организации. Распределение и использование прибыли в торговых организациях.

Анализ прибыли и рентабельности. Цели, задачи, информационное обеспечение, последовательность анализа. Факторный анализ прибыли и рентабельности. Порядок формирования, распределения и использования прибыли торговой организации.

Планирование прибыли как инструмент обеспечения устойчивого положения торговой организации. План прибыли и его содержание. Последовательность разработки плана прибыли. Методы прогнозирования прибыли. Оценка надёжности прогнозных расчётов.

Механизм управления прибылью. Требования, предъявляемые к процессу управления прибылью. Цели и функции системы управления прибылью торговой организации. Этапы построения стратегии и содержание стратегического плана управления прибылью.

Вопрос 17. Понятие, экономическая сущность, состав и классификация основных фондов. Показатели оценки движения и эффективности использования основных фондов.

Понятие, экономическая сущность, состав, назначение основных фондов торговли. Виды основных фондов по характеру использования: участвующие и не участвующие в предпринимательской деятельности. Признаки классификации основных фондов. Структура основных фондов. Факторы, влияющие на объем и структуру основных фондов. Виды оценки основных фондов. Показатели, характеризующие движение и уровень технического состояния основных фондов.

Показатели эффективности использования основных фондов. Влияние эффективности использования основных фондов на конечные результаты торговой деятельности. Основные направления повышения эффективности использования основных фондов.

Вопрос 18. Способы и методы начисления амортизации основных средств. Износ и амортизация основных фондов. Ускоренная амортизация и методы её начисления.

Сущность и виды износа и амортизации. Способы оценки износа. Понятие амортизируемой стоимости и методы начисления амортизации. Амортизационная политика торговых организаций на современном этапе.

Вопрос 19. Понятие, состав, структура и классификация оборотных средств. Факторы, влияющие на объём и структуру оборотных средств торговой организации. Стратегии управления оборотными средствами.

Оборотные фонды и фонды обращения: понятие, назначение, состав и структура. Оборотные средства, их экономическая сущность, структура и признаки классификации. Источники формирования оборотных средств. Факторы, определяющие объём и структуру оборотных средств торговли. Задачи и механизм управления оборотными средствами в современных условиях. Стратегии управления оборотными средствами, выбор оптимальной модели управления.

Вопрос 20. Показатели экономической эффективности использования оборотных средств. Планирование потребности торговой организации в оборотных средствах. Источники пополнения собственных оборотных средств.

Показатели эффективности использования оборотных средств и их влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности организаций торговли. Пути повышения эффективности использования оборотных средств.

Нормирование оборотных средств – основа планирования потребности в оборотных средствах. Методика определения рациональных норм и нормативов оборотных средств по товарам, денежным средствам и прочим нормируемым товарно-материальным ценностям.

Вопрос 21. Понятие эффективности труда и показатели её характеризующие. Производительность труда работников торговой организации. Факторы, влияющие на её уровень. Пути повышения производительности труда.

Трудовые ресурсы как экономическая категория и составная часть ресурсного потенциала: понятие, значение и функции. Соотношение понятий «трудовые ресурсы», «рабочая сила», «кадровый потенциал», взаимосвязь между ними. Особенности труда работников торговли и их влияние на формирование состава и структуры трудовых ресурсов. Факторы, определяющие качественные изменения содержания труда в торговле и их влияние на профессионально-квалификационный состав трудовых ресурсов. Особенности состава и структуры трудовых ресурсов в розничной, оптовой торговле и общественном питании. Основные тенденции в динамике численности и структуре трудовых ресурсов в современных условиях. Обеспеченность торговли кадрами. Необходимость и формы государственного регулирования трудовых отношений и оплаты труда.

Состав, структура, движение трудовых ресурсов в организациях торговли, показатели их характеризующие. Понятие списочного состава, явочной и среднесписочной численности работников.

Формы и роль мотивации труда в достижении целей организации.

Показатели оценки затрат и результатов труда работников. Производительность и эффективность труда: понятие, показатели и методы измерения. Система показателей оценки эффективности использования трудовых ресурсов организаций торговли. Факторы, влияющие на производительность и эффективность труда работников торговли. Содержание процесса управления производительностью труда.

Вопрос 22. План по труду торговой организации и исходные предпосылки для его составления. Методика анализа и планирования численности работников и производительности труда.

План по труду и заработной плате, его содержание и исходные предпосылки для разработки. Анализ показателей по труду: численности, состава, структуры, движения трудовых ресурсов, производительности и эффективности труда работников торговли.

Нормирование труда в организациях торговли. Виды норм и нормативы труда. Нормативные и инструктивные материалы, используемые при планировании показателей по труду и заработной плате.

Планирование численности, производительности труда работников. Методы прогнозирования численности работников и критерий выбора оптимального варианта прогноза. Штатное расписание, его содержание и порядок

составления. Нормы управляемости кадрами, учитываемые при создании структурных подразделений и составлении штатного расписания.

Вопрос 23. Основные принципы и подходы к оплате труда в организациях торговли. Формы и системы оплаты труда. Состав фонда заработной платы и источники его формирования.

Заработная плата как основная форма стимулирования труда, принципы её организации. Сущность процесса управления стимулированием труда. Государственное регулирование оплаты труда. Роль отраслевых тарифных соглашений в регулировании оплаты труда работников торговли.

Тарифная система: понятие, значение, её основные элементы. Единая тарифная сетка, её содержание и специфика применения. Особенности организации оплаты труда руководителей коммерческих организаций.

Формы и системы оплаты труда. Повременная заработная плата, её сущность и условия эффективного применения. Сдельная заработная плата, её сущность, разновидности, условия применения. Гибкие системы оплаты труда, разновидности и возможности применения в организациях торговли.

Совершенствование оплаты труда – фактор инновационного развития торговли. Принципы организации эффективной системы премирования работников торговли. Виды премирования. Источники финансирования выплат премий.

Состав фонда заработной платы и источники его формирования. Виды выплат, включаемых в фонд заработной платы. Виды расходов на оплату труда, включаемые в расходы на реализацию товаров.

Вопрос 24. Методика анализа и показатели эффективности использования фонда заработной платы в торговой организации.

Планирование фонда заработной платы в торговых организациях.

Анализ фонда заработной платы и система показателей оценки эффективности его использования.

Планирование фонда заработной платы в организациях торговли. Методы планирования, их сущность, методика расчета основных видов выплат и фонда заработной платы торговой организации. Организация контроля за выполнением плана по труду и заработной плате.

Вопрос 25. Финансовые ресурсы торговли и источники их образования, направления использования. Политика управления финансовыми ресурсами. Методика анализа эффективности использования финансовых ресурсов и пути ее повышения.

Финансы торговли как составная часть финансов народно-хозяйственного комплекса. Понятие финансового обеспечения и финансовых ресурсов торговли. Принципы организации финансовой деятельности в торговле и способы её финансирования. Основные направления использования финансовых ресурсов торговли. Управление финансовыми ресурсами:

задачи, цели, содержание. Финансовые стратегии: виды, содержание и роль в обеспечении эффективной финансовой деятельности.

Источники образования финансовых ресурсов. Внешние и внутренние источники формирования собственных финансовых ресурсов. Источники привлечения заёмных финансовых ресурсов.

Показатели, характеризующие эффективность использования финансовых ресурсов торговых организаций. Пути повышения эффективности использования финансовых ресурсов торговли.

Вопрос 26. Принципы и порядок кредитования торговых организаций. Оценка кредитоспособности заемщика. Показатели и пути повышения эффективности использования кредитных ресурсов.

Финансовый кредит – как один из основных источников привлечения заёмных средств, его виды и роль в развитии товарооборота. Принципы и условия предоставления кредитов торговым организациям. Показатели оценки кредитоспособности получателей кредита. Документы, предоставляемые для получения кредита. Техничко-экономическое обоснование возврата кредита.

Кредитный договор, его содержание, порядок заключения. Определение потребности торговой организации в кредитных ресурсах.

Товарный кредит, его разновидности и влияние на результаты торговой деятельности.

Показатели оценки и пути повышения эффективности использования кредитных ресурсов.

Вопрос 27. Анализ финансового состояния торговой организации: цель, задачи, последовательность анализа.

Анализ и оценка финансового состояния как важнейшая исходная предпосылка для разработки финансового плана. Понятие финансового состояния торговой организации и показатели его характеризующие. Цель, задачи, виды, методы анализа и источники информации для его проведения.

Анализ и оценка эффективности использования внеоборотных и оборотных, долгосрочных и краткосрочных активов, собственного и заёмного капитала. Оценка деловой (коммерческой) активности и финансовых результатов деятельности.

Понятие, признаки, типы финансовой устойчивости и платежеспособности торговой организации. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость и платежеспособность. Критерии оценки структуры баланса и платежеспособности организации. Условия обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности субъектов торговли.

Вопрос 28. Понятие и показатели экономической эффективности торговой деятельности. Обобщающие и частные показатели. Пути повышения эффективности использования ресурсного потенциала торговли.

Эффект как экономическая категория и результат деятельности. Виды и функции эффекта. Принципы классификации показателей эффекта. Подходы к оценке величины эффекта. Факторы, влияющие на величину эффекта.

Эффективность как экономическая категория. Виды, аспекты и формы выражения эффективности. Классификация ресурсов и затрат при оценке эффективности торговли. Уровни оценки эффективности. Методы измерения и оценки эффективности. Система показателей эффективности. Обобщающие и частные показатели. Требования, предъявляемые к системе показателей эффективности. Внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность, и методика оценки степени их влияния.

Критерии и принципы формирования эффективной системы хозяйствования. Механизм управления эффективностью торговой деятельности.

Вопрос 29. Конкурентоспособность торговой организации и показатели ее характеризующие.

Понятие конкурентоспособности, её иерархическая структура, подходы и уровни определения конкурентоспособности. Конкурентные преимущества, их виды и способы реализации. Система факторов, формирующих конкурентные преимущества.

Подходы к оценке конкурентной среды. Методические основы конкурентоспособности. Этапы оценки конкурентоспособности. Подходы к управлению конкурентоспособностью.

Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Вопрос 30. Стратегии, реализуемые торговой организацией на внутреннем и внешнем рынках. Оценка альтернативных вариантов стратегий. Выбор стратегии.

Понятие и сущность экономической стратегии организации. Виды экономических стратегий, их классификация. Разработка стратегической модели организации, сравнительная характеристика существующих подходов.

Принципы формирования экономической стратегии организации. Обеспечение гибкости разрабатываемой стратегии и стратегического выбора. Концепция обоснования стратегии организации. Этапы формирования стратегии. Исследование факторов внутренней и внешней среды. Комплексная оценка стратегической позиции организации.

Критерии эффективности экономической стратегии. Система показателей эффективности. Организация контроля за реализацией экономической стратегии.

Вопрос 31. Виды торговли: оптовая, розничная. Функции и роль торговли в сфере товарного обращения. Формы осуществления торговли. Формы и методы государственного регулирования торговли.

Понятие торговли. Факторы, обуславливающие необходимость и развитие торговли. Виды торговли: оптовая и розничная. Базовые функции: реализация потребительной стоимости (доведение товаров до потребителей); смена форм собственности (реализация товаров конечным потребителям). Формы осуществления торговли: комиссионная торговля; торговля на конкурсах; торговля на аукционах; торговля с использованием торговых автоматов; выездная торговля; посылочная торговля; биржевая торговля; торговля на ярмарке; электронная торговля; торговля на рынке. Формы государственного регулирования торговли. Методы государственного регулирования торговли: прямые, косвенные.

Вопрос 32. Понятие торговой организации. Система критериев (признаков), определяющих торговую организацию. Организация как социально-экономическая система, элементы системы.

Понятие торговой организации. Условия возникновения организации. Основными признаками, характерными для торговой организации: организационный, правовой, экономический. Виды торговых организаций. Понятие социально-экономической системы. Группы элементов организации: технические, технологические, организационные и информационные.

Вопрос 33. Сущность, функции и задачи коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в современных условиях хозяйствования, принципы и функции коммерческой деятельности.

Понятие и сущность коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в условиях формирования рыночной экономики. Принципы и функции коммерческой деятельности: установление хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка; изучение и анализ источников закупки товаров; обеспечение связи производства с потреблением товаров, ориентированных на спрос покупателей (структура, объем и обновление ассортимента); осуществление купли и продажи товаров с учетом рыночной среды; глубокое проникновение на существующие рынки и перспективное развитие целевых рынков товаров. Состояние и задачи коммерческой деятельности в современных условиях.

Вопрос 34. Основные элементы коммерческой деятельности торговой организации и их взаимосвязь. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Основные элементы коммерческой деятельности торговой организации: исследование рынка; изучение покупательского спроса; определение потребности в товарах; формирование конкурентоспособного ассортимента; управление товарными запасами; закупочная и договорная работа; рекламно-информационная деятельность. Взаимосвязь между элементами коммерческой деятельности.

Понятие и назначение коммерческой информации, источники ее получения. Мероприятия по защите коммерческой информации. Коммерческая тайна. Регулирование отношений, связанных с коммерческой тайной.

Вопрос 35. Товарная информация: сущность, классификация: по назначению, формам. Требование к товарной информации. Информационные и товарные знаки.

Товарная информация: сущность, классификация: по назначению, формам. Требование к товарной информации и средства: нормативные документы, справочная и учебная литература, техническая документация, маркировка.

Информационные знаки: требования, классификация. Товарные знаки: торговая марка, бренд. Классификация товарных знаков. Охрана товарных знаков: регистрация, использование, передача и прекращение охраны товарного знака.

Вопрос 36. Понятие покупательского спроса. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач. Организация изучения спроса в торговле.

Понятие покупательского спроса. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач. Факторы, влияющие на покупательский спрос и их характеристика. Виды покупательского спроса и их характеристика: удовлетворенный (реализованный), неудовлетворенный, формирующийся. Классификация покупательского спроса в зависимости от характера возникновения потребности в покупке, степени повторяемости, частоты предъявления, степени распространения и других. Методы изучения покупательского спроса. Особенности изучения спроса оптовых покупателей.

Вопрос 37. Понятие, задачи, цели изучения конъюнктуры торговли. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Использование результатов изучения спроса и конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности организаций торговли.

Понятие, задачи, цели изучения конъюнктуры торговли. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка: социально-экономические, демографические, природно-географические, торговые, транспортные. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Составление конъюнктурных обзоров. Структура конъюнктурного обзора. Использование результатов изучения спроса и конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности организаций торговли.

Вопрос 38. Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Принципы формирования ассортимента товаров торговых организаций. Свойства и показатели ассортимента.

Требования к формированию ассортимента товаров в организациях. Процесс формирования ассортимента товаров.

Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Принципы формирования ассортимента товаров торговых организаций. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров, их классификация, характеристика. Свойства (полнота ассортимента, широта ассортимента, новизна ассортимента, устойчивость ассортимента, гармоничность ассортимента) и показатели ассортимента (коэффициенты: полноты, широты, новизны, устойчивости, стабильности ассортимента). Требования к формированию ассортимента товаров в организациях. Процесс формирования ассортимента товаров. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам: сущность, преимущества, признаки группировки товаров в потребительские комплексы. Особенности формирования торгового ассортимента в магазинах различных типов.

Вопрос 39. Сущность и содержание договора поставки. Виды договоров поставки: договор поставки и договор поставки товаров для государственных нужд.

Понятие договора поставки и его отличительные условия. Виды договоров поставки в зависимости от их целевого предназначения и содержания; по моменту вступления в силу. Порядок заключения договора поставки. Организации учета и контроля договорных обязательств. Договор поставки для государственных нужд.

Вопрос 40. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров поставки. Ответственность за неисполнение договоров поставки.

Стороны договора поставки. Подготовка к заключению договора поставки. Понятие типового договора. Инициатива заключения договора. Порядок заключения договоров на основе инициативы и обоюдного согласия сторон. Заключение договоров поставки по переписке. Оферта: свободная, твердая. Акцепт. Заключение договоров поставки посредством личных контактов на переговорах. Существенные условия договора поставки. Регламентация порядка изменения и расторжения договора поставки. Ответственность за неисполнение договора поставки.

Вопрос 41. Понятие и сущность процесса оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика. Источники оптовых закупок и поставщики товаров. Формы оптовых закупок.

Понятие и сущность процесса оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Факторы, учитываемые при оптовых закупках товаров. Этапы процесса оптовых

закупок товаров. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика. Источники оптовых закупок и поставщики товаров. Порядок проведения оптовых закупок товаров при свободной купле-продаже и для государственных нужд. Определение организациями потребности в товарных ресурсах. Формы оптовых закупок: внеярмарочная, ярмарочная.

Вопрос 42. Закупки товаров на оптовых ярмарках; на товарных биржах, аукционах, оптовых рынках, торгах, тендерах, в торговых домах, посредством электронной торговли. Их сущность, характеристика, цели.

Оптовые закупки через организаторов оптового оборота (на оптовых ярмарках, оптовых рынках, товарных биржах, через торговые дома, на торгах в форме конкурса или аукциона). Основные этапы закупок на оптовых ярмарках, оптовых рынках, товарных биржах, в торговых домах, электронные процедуры закупок. Варианты проведения торгов на бирже, аукционе, торговом доме. Документальное оформление сделок.

Вопрос 43. Сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров и их характеристика. Формы оптовой продажи товаров. Методы оптовой продажи товаров.

Сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые при оптовой продаже товаров и их характеристика: планирование оптовой продажи, установление хозяйственных связей с покупателями товаров, выбор форм методов оптовой продажи, оказание услуг розничной торговле, рекламно-информационная деятельность, организация учета и контроля за выполнением договоров с покупателями.

Транзитная и складская формы оптовой продажи товаров. Методы продажи товаров со складов оптовых организаций.

Вопрос 44. Услуги покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовым покупателям и их характеристика. Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле Республики Беларусь.

Виды услуг, предоставляемым оптовым покупателям, их характеристика: технологические, коммерческие, организационные, финансовые, по накоплению и хранению товаров, товароснабжению. Характеристика предоставляемых услуг и их востребованность субъектами хозяйствования.

Вопрос 45. Стимулирование продаж: сущность, направления, инструменты. Ценовые средства стимулирования продаж. Неценовые средства стимулирования продаж. Оценка эффективности мероприятий стимулирующего характера.

Сущность стимулирование продаж в торговле. Ценовые средства стимулирования продаж: снижение цен, скидки, купонаж, дисконтные карты, премии и т.п. Неценовые средства стимулирования продаж: консультации, размещение товаров, выкладка, упаковка, маркировка, реклама в местах продаж. Организация мероприятий по стимулированию продаж. Показатели эффективности стимулирования продаж.

Вопрос 46. Понятие и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели и принципы рекламы. Современные виды и средства рекламы, используемые организациями торговли. Особенности организации внутри магазинной рекламы и информации.

Понятие рекламы. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности: Международный Кодекс рекламы, Закон РБ «О рекламе», Положение о порядке размещения наружной рекламы и другие. Службы, занимающиеся рекламой в торговых организациях. Современные виды и средства рекламы, используемые организациями торговли. Особенности организации внутри магазинной рекламы. Понятие рекламной акции, мероприятия, кампании. Расходы на рекламную деятельность.

Вопрос 47. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к плану, порядок его разработки, содержание. Эффективность рекламы: социальная, экономическая, психологическая. Методы определения эффективности рекламы.

Расходы на рекламную деятельность. Планирование рекламных мероприятий организации: содержание плана рекламных мероприятий, требования к плану, порядок его разработки, содержание.

Эффективность рекламы: социальная, экономическая, психологическая. Методы определения эффективности рекламы. Показатели социальной эффективности рекламы. Показатели экономической эффективности рекламы: дополнительный товарооборот, полученный под воздействием рекламы, экономический результат, рентабельность рекламирования. Эффективность психологического воздействия рекламных средств и методы его определения.

Вопрос 48. Эффективность коммерческой деятельности.

Виды и показатели эффективности коммерческой деятельности. Методы и этапы анализа коммерческой деятельности. Системы показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности. Показатели оценки коммерческой работы организации: результатов коммерческой деятельности, закупки и реализации товаров, формирования ассортимента товаров, эффективности обслуживания и др.

Вопрос 49. Решения в коммерческой деятельности

Модели принятия решений в коммерческой деятельности, их назначение и выбор. Процесс принятия решений и его шаги. Обнаружение проблем и их идентификация. Классификация проблем и инструменты классификации. Нарботка альтернатив. Инструменты выбора лучшего решения. Согласование решения. Утверждение решения.

Вопрос 50. Организация снабжения торговой сети товарами.

Значение и задачи рациональной организации снабжения магазинов товарами в повышении эффективности их деятельности. Источники товароснабжения. Поставщики товаров. Формы товароснабжения. Организация доставки товаров в розничную торговую сеть. Методы доставки товаров в торговую сеть и условия их применения.

Вопрос 51. Розничной сеть и ее роль в удовлетворении потребностей населения. Планирование развития розничной сети.

Понятие розничной торговой сети. Виды розничной торговой сети: стационарная и нестационарная. Преимущества и условия развития. Задачи рационального размещения розничной сети. Принципы размещения торговых объектов розничной сети. Планирование развития розничной торговой сети населенного пункта. Потребность в торговых площадях и методы ее определения.

Вопрос 52. Устройство и технологические планировки магазинов, их влияние на результаты деятельности торговых организаций.

Торговые и неторговые помещения магазинов. Планировка помещений магазинов и принципы общей планировки. Планировка торговых помещений. Виды технологических планировок торговых помещений. Показатели использования торговой площади магазина и оборудования.

Вопрос 53. Атмосфера и система информирования торгового объекта. Элементы атмосферы торгового объекта.

Понятие атмосферы торгового объекта. Элементы, образующие атмосферу торгового объекта: психологические, организационные, органолептические). Характеристика требований к органолептическим элементам атмосферы: освещение, музыка, цвет, запахи.

Информирование покупателей: средства и приемы, требования к знакам и указателям. Вывески торгового объекта. Фирменное наименование торгового объекта.

Вопрос 54. Торгово-технологический процесс в торговле. Операции технологического процесса. Операции торгового процесса.

Понятие и сущность торгово-технологических процессов. Операции технологического процесса: приемка, хранение, подготовка к продаже, размещение, выкладка. Операции торгового процесса: выявление спроса, предложение товаров, консультация, расчет за покупку. Технологические карты. Потери при организации торгово-технологических процессов.

Вопрос 55. Организация процессов продажи товаров. Формы продажи товаров: понятие, классификация (магазинные, внемагазинные). Методы продажи товаров.

Содержание подготовительных и заключительных операций при продаже товаров. Процесс непосредственной продажи товаров. Методы продажи товаров в магазине: традиционные и прогрессивные (самообслуживание, по образцам, по заказам). Требования при организации продажи товаров разными методами. Показатели эффективности применения метода продажи: экономические, технико-технологические, социальные.

Вопрос 56. Организация торговли на международных товарных биржах.

Понятие товарной биржи. Понятие «биржевой товар», требования к биржевым товарам и их классификация. Виды биржевых сделок. Методы ведения торгов. Метод электронных торгов. Варианты хода торгов на электронных товарных биржах. Электронная цифровая подпись. Тенденции развития биржевой торговли.

Вопрос 57. Международная аукционная торговля.

Классификация аукционов по: видам, типам, форме, предмету торга, принадлежности к рынку. Основные стадии проведения аукционов. Техника проведения аукционного торга. Оформление сделки. Заключение контракта. Порядок оплаты.

Вопрос 58. Внешнеторговое посредничество, преимущества и недостатки использования посредников.

Понятие внешнеторгового посредничества. Виды посредников: сбытовые, комиссионеры и консигнаторы; агенты и брокеры- и содержание их деятельности. Целесообразность использования посредников и виды предоставляемых ими услуг. Критерии выбора посредников при осуществлении внешнеторговой деятельности. Соглашения с посредниками. Права и обязанности посредников. Способы вознаграждения посредников.

Вопрос 59. Порядок подготовки внешнеторговой сделки.

Обеспечение технологического процесса выхода на внешний рынок: цикл процедур и их последовательность. Характеристика этапов внешнеторговой сделки. Подготовка к заключению сделки. Выбор контрагентов на мировом рынке. Установление связей с потенциальным партнером. Содержание и структура внешнеторгового контракта купли-продажи. Заключение

внешнеторговой сделки (контракта). Способы обеспечения исполнения обязательств внешнеторговых сделок.

Вопрос 60. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания в коммерческой деятельности.

Классификация перевозок грузов (товаров). Морские, речные, воздушные, железнодорожные, автомобильные и трубопроводные сообщения. Линейные и чартерные перевозки. Сравнительная характеристика видов транспорта. Транспортная и товаросопроводительная документация.

**Перечень вопросов
для вступительного испытания по специальности
1-25 80 09 «Коммерция»**

1. Торговля как вид предпринимательской деятельности, её роль и место в системе национальной экономики Республике Беларусь. Понятие и виды торговой деятельности.

2. Хозяйственный механизм и экономическая среда функционирования торговли.

3. Понятие, структура, элементы потребительского рынка, исходные предпосылки его формирования. Показатели оценки состояния потребительского рынка и тенденции его развития.

4. Покупательский спрос как форма проявления потребностей и условие развития сферы товарного обращения. Методы прогнозирования общего объёма и товарно-групповой структуры спроса на товары.

5. Товарное предложение как экономическая категория, источники его формирования. Современный механизм управления товарными ресурсами.

6. Конъюнктура рынка потребительских товаров и услуг: система понятий и показателей; источники и виды информации, необходимые для изучения; методы исследования.

7. Понятие, состав, значение розничного товарооборота и факторы, определяющие его объём и структуру. Методика анализа и стратегии управления розничным товарооборотом.

8. Понятие, сущность, классификация товарных запасов. Показатели оценки их состояния и эффективности использования. Пути ускорения товарооборачиваемости.

9. Методы планирования товарных запасов (определение нормативов товарных запасов). Специфика управления товарными запасами в оптовой, розничной торговле и общественном питании.

10. Понятие затрат и расходов торговой организации. Состав расходов. Расходы на реализацию товаров, принципы их классификации, факторы, влияющие на их размер.

11. Методика анализа и планирования расходов на реализацию товаров.

12. Понятие экономической выгоды и доходов торговой организации. Состав доходов. Источники образования доходов. Факторы, влияющие на доход торговой организации и методика расчёта их влияния.

13. Методика анализа и прогнозирования доходов торговой организации. Методы определения показателей, характеризующих надёжность прогнозных расчётов.

14. Экономическая сущность, функции и виды прибыли в рыночной экономике. Источники образования прибыли в торговых организациях.

15. Понятие рентабельности торговой организации, методы её измерения и пути повышения. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность. Резервы и пути увеличения прибыли в торговле.

16. Методика анализа и планирования прибыли и рентабельности торговой организации. Распределение и использование прибыли в торговых организациях.

17. Понятие, экономическая сущность, состав и классификация основных фондов. Показатели оценки движения и эффективности использования основных фондов. Способы и методы начисления амортизации основных средств.

18. Способы и методы начисления амортизации основных средств. Износ и амортизация основных фондов. Ускоренная амортизация и методы её начисления.

19. Понятие, состав, структура и классификация оборотных средств. Факторы, влияющие на объём и структуру оборотных средств торговой организации. Стратегии управления оборотными средствами.

20. Показатели экономической эффективности использования оборотных средств. Планирование потребности торговой организации в оборотных средствах. Источники пополнения собственных оборотных средств.

21. Понятие эффективности труда и показатели её характеризующие. Производительность труда работников торговой организации. Факторы, влияющие на её уровень. Пути повышения производительности труда.

22. План по труду торговой организации и исходные предпосылки для его составления. Методика анализа и планирования численности работников и производительности труда.

23. Основные принципы и подходы к оплате труда в организациях торговли. Формы и системы оплаты труда. Состав фонда заработной платы и источники его формирования.

24. Методика анализа и показатели эффективности использования фонда заработной платы в торговой организации. Планирование фонда заработной платы в торговых организациях.

25. Финансовые ресурсы торговли и источники их образования, направления использования. Политика управления финансовыми ресурсами. Методика анализа эффективности использования финансовых ресурсов и пути её повышения.

26. Принципы и порядок кредитования торговых организаций. Оценка кредитоспособности заемщика. Показатели и пути повышения эффективности использования кредитных ресурсов.

27. Анализ финансового состояния торговой организации. Цель, задачи, последовательность анализа. Понятие, признаки и методика анализа финансовой устойчивости торговой организации.

28. Понятие и показатели экономической эффективности торговой деятельности. Обобщающие и частные показатели. Пути повышения эффективности использования ресурсного потенциала торговли.

29. Конкурентоспособность торговой организации и показатели её характеризующие.

30. Стратегии, реализуемые торговой организацией на внутреннем и внешнем рынках. Оценка альтернативных вариантов стратегий. Выбор стратегии.

31. Виды торговли: оптовая, розничная. Функции и роль торговли в сфере товарного обращения. Формы осуществления торговли. Формы и методы государственного регулирования торговли.

32. Понятие торговой организации. Система критериев (признаков), определяющих торговую организацию. Организация как социально-экономическая система, элементы системы.

33. Сущность, функции и задачи коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в современных условиях хозяйствования, принципы и функции коммерческой деятельности.

34. Основные элементы коммерческой деятельности торговой организации и их взаимосвязь. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

35. Товарная информация: сущность, классификация: по назначению, формам. Требование к товарной информации. Информационные и товарные знаки.

36. Понятие покупательского спроса. Показатели объема и структуры спроса на товары и услуги, их значение в решении коммерческих задач. Организация изучения спроса в торговле.

37. Понятие, задачи, цели изучения конъюнктуры торговли. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка. Оформление результатов конъюнктурных наблюдений. Использование результатов изучения спроса и конъюнктуры рынка в коммерческой деятельности организаций торговли.

38. Понятие, сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Принципы формирования ассортимента товаров торговых организаций. Свойства и показатели ассортимента. Требования к формированию ассортимента товаров в организациях. Процесс формирования ассортимента товаров.

39. Сущность и содержание договора поставки. Виды договоров поставки: договор поставки и договор поставки товаров для государственных нужд.

40. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров поставки. Ответственность за неисполнение договоров поставки.

41. Понятие и сущность процесса оптовых закупок товаров. Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций. Преддоговорные, собственно закупочные и заключительные операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика. Источники оптовых закупок и поставщики товаров. Формы оптовых закупок.

42. Закупки товаров на оптовых ярмарках; на товарных биржах, аукционах, оптовых рынках, торгах, тендерах, в торговых домах, посредством электронной торговли. Их сущность, характеристика, цели.

43. Сущность оптовой продажи товаров народного потребления, ее место и роль в деятельности оптовых организаций. Операции, выполняемые

при оптовой продаже товаров и их характеристика. Формы оптовой продажи товаров. Методы оптовой продажи товаров

44. Услуги покупателям и их роль в повышении эффективности работы оптовых организаций. Виды услуг, предоставляемых оптовым покупателям и их характеристика. Опыт организации услуг оптовыми организациями в странах с развитой рыночной экономикой и возможность его использования в торговле Республики Беларусь.

45. Стимулирование продаж: сущность, направления, инструменты. Ценовые средства стимулирования продаж. Неценовые средства стимулирования продаж. Оценка эффективности мероприятий стимулирующего характера.

46. Понятие и роль торговой рекламы в коммерческой деятельности. Задачи, цели и принципы рекламы. Современные виды и средства рекламы, используемые организациями торговли. Особенности организации внутримаркетинговой рекламы и информации.

47. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к плану, порядок его разработки, содержание. Эффективность рекламы: социальная, экономическая, психологическая. Методы определения эффективности рекламы.

48. Эффективность коммерческой деятельности.

49. Решения в коммерческой деятельности.

50. Организация снабжения торговой сети товарами.

51. Розничная сеть и ее роль в удовлетворении потребностей населения. Планирование развития розничной сети.

52. Устройство и технологические планировки магазинов, их влияние на результаты деятельности торговых организаций.

53. Атмосфера и система информирования торгового объекта. Элементы атмосферы торгового объекта. Фирменное наименование торгового объекта.

54. Торгово-технологический процесс в торговле. Операции технологического процесса. Операции торгового процесса.

55. Организация процессов продажи товаров. Формы продажи товаров: понятие, классификация (магазинные, внемагазинные). Методы продажи товаров.

56. Организация торговли на международных товарных биржах.

57. Международная аукционная торговля.

58. Внешнеторговое посредничество, преимущества и недостатки использования посредников.

59. Порядок подготовки внешнеторговой сделки.

60. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания в коммерческой деятельности.

Нормативные и законодательные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г.: с изм. и доп.: текст по состоянию на 28 января 2013 года. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2013. – 651 с.
2. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 8 января 2018 г №98-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2018, 2/2536) – новая редакция <Н11800098>.
3. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-З (изменения и дополнения от 4 января 2014 г. № 106-З) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2014, 2/2104) <Н11400106>.
4. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126) <Н11400128>.
5. Закон Республики Беларусь «О потребительской кооперации (потребительских товариществах, их союзах) в Республике Беларусь» от 25 февраля 2002 г. (изменения и дополнения к нему от 10 мая 2007 г.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1320.
6. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы: Указ Президента Республики Беларусь от 31 января 2017 г №31 [Электронный ресурс]. □ Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by>. □ Дата доступа: 04.04.2019 г.
7. Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь до 2014 года: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 4 янв. 2010 г., № 2: с изм. и доп.: в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь от 31 окт. 2011 г. , № 1460 // Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. — 2011. — № 124 —5/34711.

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономика организаций торговли : учеб. пособие /под ред. Р.П. Валевиц, Г.А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.
2. Экономика торговли: учебное пособие (Под общ. ред. Р.П. Валевиц , Н.С. Шелега) – Мн.: Высшая школа, 2012. – 559 с.
3. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р. И. Шакланова, В. В, Юсова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 468 с.
4. Платонов В.Н. Организация торговли: учебник./ В.Н. Платонов, Л.С. Климченя – Минск: БГЭУ, 2017.
5. Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность. Практикум: учеб. пособие / С.И. Башаримова, М.В. Дасько. – Минск: Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2012. – 294 с.
6. Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность: учеб. пособие для учащихся учреждений, реализующих образовательные программы профессионально-технического образования по спец. «Коммерческая деятельность» / С. И. Башаримова, М. В. Дасько. – Минск : Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2011. – 306 с.
7. Ковалев, В.А. Современный стратегический анализ / В.А. Ковалев. – СПб.: Питер, 2016. – 288 с.
8. Парамонова, Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. – М.: КноРус, 2015. – 120 с.
9. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: «Коммерция», «Маркетинг», «Товароведение и экспертиза товаров», «Юриспруденция» со специализацией «Коммерческое право» и по направлению «Коммерция» / Ф. П. Половцева. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 346 с.
10. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 374 с.