

УДК 339.1
ББК 65.422
П15

Рецензенты:

Ю. К. Баженов — доктор экономических наук, профессор;
Л. П. Дашков — заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор.

П15 **Памбухчиянц О. В.**
 Организация коммерческой деятельности: Учебник для образовательных учреждений СПО / О. В. Памбухчиянц. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 272 с.

ISBN 978-5-394-02186-2

Учебник подготовлен в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 100701 «Коммерция» (по отраслям).

С учетом современного опыта рассматриваются основные этапы коммерческой деятельности в торговле.

Для студентов и преподавателей образовательных учреждений среднего профессионального образования, а также специалистов коммерческих служб торговых организаций, начинающих предпринимателей и слушателей школ бизнеса.

ISBN 978-5-394-02186-2

© Памбухчиянц О. В., 2014
 © ООО «ИТК «Дашков и К°», 2014

Оглавление

Введение	7
Глава 1. Основы коммерческой деятельности	9
§ 1.1. Сущность и задачи коммерческой деятельности	9
§ 1.2. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности	11
§ 1.3. Характеристика основных объектов коммерческой деятельности	15
§ 1.4. Основные этапы коммерческой деятельности	18
§ 1.5. Государственное регулирование коммерческой деятельности	24
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>31</i>
 Глава 2. Коммерческие службы торговых организаций	 33
§ 2.1. Цели, задачи и структура коммерческой службы	33
§ 2.2. Должностные обязанности работников коммерческой службы	36
§ 2.3. Этические принципы коммерческой деятельности	46
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>48</i>
 Глава 3. Коммерческая информация и коммерческая тайна	 50
§ 3.1. Понятие информации, ее роль в коммерческой деятельности	50
§ 3.2. Коммерческая тайна и способы ее защиты	53
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>57</i>

Глава 4. Реклама в коммерческой деятельности	58
§ 4.1. Сущность и значение рекламы в коммерческой деятельности	58
§ 4.2. Правовое обеспечение рекламной деятельности	59
§ 4.3. Особенности рекламы отдельных видов товаров	72
§ 4.4. Классификация и характеристика средств современной рекламы	79
§ 4.5. Эффективность торговой рекламы	95
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>97</i>
 Глава 5. Договоры в коммерческой деятельности	 99
§ 5.1. Понятие о сделках и договорах, их классификация	99
§ 5.2. Порядок заключения договора	105
§ 5.3. Изменение и расторжение договора	108
§ 5.4. Ответственность за нарушение обязательств по договору и обеспечение их исполнения	110
§ 5.5. Виды договоров, применяемых в коммерческой деятельности	113
§ 5.6. Договор купли-продажи, его содержание	118
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>128</i>
 Глава 6. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	 130
§ 6.1. Значение закупочной работы, ее содержание	130
§ 6.2. Особенности договора поставки, порядок его заключения, изменения и расторжения	133
§ 6.3. Структура и содержание договора поставки	136
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	<i>143</i>
 Глава 7. Коммерческая работа по продаже товаров	 144
§ 7.1. Коммерческая работа по продаже товаров на предприятиях оптовой торговли	144
§ 7.2. Организация продажи товаров на оптовых рынках	146

§ 7.3. Организация продажи товаров в магазинах кеш-энд-керри	149
§ 7.4. Содержание коммерческой работы на предприятиях розничной торговли	151
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	154
Глава 8. Организация купли-продажи товаров на ярмарках, биржах и аукционах	156
§ 8.1. Организация закупок товаров на оптовых ярмарках	156
§ 8.2. Организация торговли на товарных биржах	160
§ 8.3. Организация проведения аукционных торгов	166
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	171
Глава 9. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговле	172
§ 9.1. Виды покупательского спроса и задачи его изучения	172
§ 9.2. Понятие о торговом ассортименте	174
§ 9.3. Особенности формирования ассортимента товаров в оптовой и розничной торговле	177
§ 9.4. Управление товарными запасами в торговле	180
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	182
Глава 10. Формы сотрудничества в коммерческой деятельности	184
§ 10.1. Франчайзинг	184
§ 10.2. Финансовая аренда (лизинг)	188
§ 10.3. Факторинг	191
§ 10.4. Товарообменные операции (бартер)	193
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	194
Глава 11. Риски в коммерческой деятельности и ее эффективность	196

§ 11.1. Понятие рисков и их страхование	196
§ 11.2. Экономический эффект и эффективность коммерческой деятельности	201
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	203
Тесты для самопроверки	204
Краткий словарь терминов	208
Приложения	220