ВОПРОСЫ

к экзамену по дисциплине «Коммерческая деятельность» для студентов специальности:

1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность» (Кдс)

1. Сущность, принципы и задачи коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг.
2. Управление коммерческой деятельностью на предприятиях промышленности и торговли.
3. Направления и факторы организации коммерческой деятельности.
4. Понятие и виды коммерческих сделок и коммерческих операций.
5. Сущность, источники и виды коммерческой информации.
6. Понятие коммерческой тайны, способы ее защиты.
7. Понятие и виды спроса.
8. Методы изучения спроса в организациях торговли.
9. Особенности методов получения первичной информации о состоянии рынка.
10. Понятие и показатели рыночной конъюнктуры.
11. Сущность и особенности оценки емкости рынка.
12. Сущность и задачи прогнозирования рынка, виды прогнозов
13. Особенности использования экспертных методов прогнозирования рынка.
14. Виды и особенности разработки прогнозов с использованием статистических методов.
15. Понятие, классификация и показатели оценки ассортимента.
16. Показатели и факторы формирования ассортимента.
17. Особенности анализа коммерческой деятельности по продаже товаров.
18. Планирование и контроль ассортимента.
19. Методы формирования ассортимента.
20. ABC- и XYZ-анализ ассортимента: сущность, значение, особенности использования.
21. Понятие и виды хозяйственных связей. Содержание договорной работы.
22. Сущность и особенности оценки емкости рынка.
23. Виды договоров купли - продажи.
24. Структура и содержание договора поставки.
25. Сущность, принципы и особенности организации закупочной деятельности.
26. Способы расчета потребности в закупаемых товарах в организациях торговли.
27. Содержание и основные показатели эффективности коммерческой деятельности по продаже товаров.
28. Виды систем сбыта.
29. Функции и виды посредников, участвующих в продвижении товаров.
30. Показатели оценки и направления повышения эффективности коммерческой деятельности.
31. Направления анализа закупочной деятельности.
32. Направления и методы анализа ассортимента.
33. Значение, функции и задачи рекламы.
34. Особенности рекламных средств, используемых в торговых организациях. Виды внутримагазинной рекламы.
35. Планирование рекламной деятельности и оценка эффективности рекламы.
36. Методы оптовой продажи и направления повышения эффективности оптовой торговли.

Ст. препод. Жучкевич О. Н.