

**Безлипкина Е.В.**

# **ОСНОВЫ КОММЕРЦИИ**

**Учебное пособие**

**Казань 2012**

**Безлипкина Е.В.**

## **ОСНОВЫ КОММЕРЦИИ**

**Учебное пособие**

**Допущено Учебно-методическим объединением по образованию в области коммерции и маркетинга в качестве учебного пособия для студентов всех форм обучения по специальностям «Коммерция(торговое дело)», «Маркетинг», «Реклама» и по направлению «Коммерция (бакалавр)»**

**Казань 2012**

УДК 658.5(075)

ББК 65.290я73

Б 39

Рекомендовано к печати Учебно-методическим объединением  
в области коммерции и маркетинга

**Рецензенты:**

**Ф.П. Половцева, к.т.н., проф.каф. «Организации и технологии  
коммерции», ФГБОУ ВПО Российский государ-  
ственный торгово-экономический университет,**

**О.А. Шипшова, к.э.н., зав.каф.«Коммерческой деятельности на  
рынке товаров и услуг», ФГБОУ ВПО Казанский  
институт (филиала) РГТЭУ.**

**Е.В. Безлипкина,**

Основы коммерции: учебное пособие,- Казань:

редакционно-издательский центр МО и Н РТ, 2012.-270с.

ISBN

Данное учебное пособие охватывает основные проблемы и вопросы, которые должен знать специалист, занимающийся коммерческой деятельностью. В пособии рассматриваются основные теоретические и практические аспекты по следующим вопросам: история развития коммерции в России, сущность, задачи, цели, субъекты коммерции и их характеристика; объекты коммерческой деятельности - товар и услуги; понятия и характеристика товарного ассортимента; понятия, сущность, функции розничной и оптовой торговли; классификация предприятий торговли; выбор и рейтинг поставщиков; источники и виды коммерческой информации; порядок и виды коммерческих договоров, переговоров, деловых писем, взаиморасчётов; показатели оценки эффективности коммерческой деятельности; вопросы государственного регулирования коммерческой, в том числе и торговой деятельности. Оно адресовано студентам всех форм обучения экономических специальностей и работникам сферы торговли, общественного питания и услуг для формирования профессиональных компетенций по данному направлению.

Безлипкина Е.В., 2012

© Казанский институт (филиал) РГТЭУ, 2012

## ВВЕДЕНИЕ

Учебное пособие по «Основам коммерции» предназначено для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям по дневной и заочной форме обучения. Целью является овладение студентами системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг, для удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли от реализации. В ходе изучения пособия студент ознакомится с основами коммерческой деятельности, её объектами и субъектами для решения профессиональных задач ;с теоретико-методологическими основами организации коммерческой деятельности; методами исследования коммерческой деятельности; видами и порядком заключения договоров в коммерции; техникой проведения коммерческих переговоров и видами взаиморасчетов; технологией основных составляющих коммерческой сделки; порядком государственного регулирования и регламентации деятельности предприятий в области коммерции; источниками финансирования закупок и инвестирования; показателями и методами оценки результативности коммерческой деятельности предприятия. Получив подобные знания и овладев соответствующими навыками и профессиональными компетенциями будущий бакалавр и специалист будет знать, как исследовать товарные рынки и формировать оптимальный торговый ассортимент; как определять объемы закупок и продаж товаров; проводить коммерческие переговоры, заключать договора; осуществлять коммерческие взаиморасчеты; организовывать и управлять процессами купли-продажи и обмена товаров; управлять товарными запасами; анализировать коммерческую деятельность и определять ее эффективность; применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели; производить расчеты математических величин;

- осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, применять статистические методы обработки данных; оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов; работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения, моделировать и проектировать коммерческую деятельность