

Задания

для проведения практических занятий и выполнения контрольной работы для
студентов факультета экономики и управления

Кафедра управления и отраслевой экономики

Составитель ст. препод. *В.В. Цынгуева*

Рецензент канд. экон. наук, доц. *Е.А. Жуковская*

Коммерческая деятельность: метод. указания/ ФГБОУ ВО Университет биотехнологий, фак. Экономики и управления; сост. В.В. Цынгуева. – Новосибирск: ИЦ ФГБОУ ВО Университет биотехнологий «Золотой колос», 2026. – 17 с.

Методические указания охватывают вопросы, связанные с подготовкой к практическим занятиям, выполнением самостоятельной и контрольной работ, оформлением, защитой и оценкой работы, содержат примерную тематику контрольных работ, а также список рекомендуемой литературы.

Предназначены для студентов факультета экономики и управления всех форм обучения по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Тема 1. Понятие коммерческой деятельности, ее сущность и сферы применения

Вопросы для обсуждения

1. Основные понятия: предпринимательская, коммерческая, торгово-сбытовая деятельность, бизнес, их общность и различия.
2. Рынок товаров как сфера коммерческой деятельности: определение товарного рынка.
3. Факторы его развития товарного рынка, признаки и элементы.
4. Конъюнктура рынка товаров: понятие, методы исследования, источники информации.
5. Прогнозирование спроса потребителей.
6. Анализ зоны обслуживания потребителей.
7. Сферы применения коммерческой деятельности: отрасли материального производства и социально-культурной сферы, их структура и признаки. Особенности коммерческой деятельности в сферах обслуживания. Инфраструктура рынка товаров и услуг

Темы докладов

1. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики.
2. Цели, задачи и принципы коммерческой деятельности в сфере обращения товаров в современных условиях хозяйствования.
3. Эволюция коммерции в России и за рубежом.
4. Состояние и тенденции развития торговли в условиях глобализации.

Тема 2. Субъекты и объекты коммерческой деятельности, их характеристика

Вопросы для обсуждения

1. Объекты коммерческой деятельности: понятие, назначение, классификация. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
2. Услуги как объекты коммерческой деятельности: понятие, виды услуг – материальные и нематериальные.
3. Назначение услуг, их влияние на уровень доходов организации.
4. Субъекты коммерческой деятельности: юридические лица – коммерческие и некоммерческие организации, объединения коммерческих организаций, субъекты среднего и малого предпринимательства; физические лица - индивидуальные предприниматели.

Темы докладов

1. Коммерческие организации, понятие, классификация по виду хозяйственной деятельности.
2. Коммерческие организации, классификация по характеру совершаемых операций.

3. Коммерческие организации, классификация по организационно-правовым формам.
4. Коммерческие организации, классификация по количественным параметрам.
5. Объединения саморегулируемых организаций в форме ассоциаций и союзов, их виды и роль в поддержке предпринимательства.
6. Субъекты среднего и малого предпринимательства, индивидуальные предприниматели, понятия, характеристика.
7. Субъекты среднего и малого предпринимательства, индивидуальные предприниматели, порядок оформления и регистрации документации для ведения предпринимательской деятельности.

Тема 3. Виды коммерческой деятельности и их особенности

Вопросы для обсуждения

1. Основные виды коммерческой деятельности:
2. Организационно-коммерческая деятельность и ее особенности
3. Товароведно-экспертная деятельность и ее особенности
4. Маркетинговая деятельность и ее особенности
5. Торгово-экономическая деятельность и ее особенности
6. Аналитическая деятельность и ее особенности
7. Торгово-закупочная деятельность и ее особенности
8. Внешнеторговая деятельность и ее особенности
9. Разновидности коммерческой деятельности.

Тема 4. Внутрифирменное планирование и прогноз коммерческой деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Сущность внутрифирменного планирования.
2. Роль внутрифирменного планирования.
3. Стратегическое планирование как часть единой системы внутрифирменного планирования
4. Прогноз коммерческой деятельности.

Темы докладов

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации
2. Материально-техническая база для коммерческой деятельности организации

Тема 5. Управление коммерческой деятельностью.

Вопросы для обсуждения

1. Управление коммерческой деятельностью организации: понятие, цель, задачи.
2. Принципы коммерческой деятельности организации
3. Методы управления коммерческой деятельностью организации.
4. Функции коммерческой деятельности: планирование закупок, поставок, продажи товаров и предоставления услуг на предприятиях, их организация, учет и контроль.
5. Структура управления коммерческой деятельностью предприятий.
6. Управление и мотивация труда персонала коммерческих служб.

Темы докладов

1. Государственное регулирование и контроль коммерческой деятельности
2. Договоры в коммерческой деятельности предприятий

Тема 6. Товарное обеспечение коммерческой деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Управление ассортиментом товаров: понятие, свойства и показатели ассортимента, учитываемые при управлении.
2. Планирование, формирование и анализ.
3. Прогнозирование оптимальной структуры ассортимента.
4. Методы управления ассортиментом товаров.
5. Закупки товаров, их назначение.
6. Планирование объемов закупок товаров
7. Организация и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия. Выбор источников закупок.
8. Анализ и оценка возможностей поставщиков.
9. Документальное оформление закупок товаров.
10. Организация товародвижения

Тема 7. Анализ и оценка коммерческой деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Анализ и оценка коммерческой деятельности: назначение
2. Понятие экономического эффекта
3. Понятие экономической эффективности.
4. Система показателей анализа и оценки коммерческой деятельности организаций.

Критерии оценки

Тема 8. Инновации в сфере коммерции

Вопросы для обсуждения

1. Инновации: понятие и классификация.
2. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий.
3. Основные направления инновационной деятельности предприятий в сфере коммерции.

Тестовые задания

1. Где содержится определение коммерческой (торговой) деятельности?
 - а) в Уголовном кодексе РФ;
 - б) в Гражданском кодексе РФ;+
 - в) в Трудовом кодексе РФ;
 - г) в Налоговом кодексе РФ.

2. Что такое Российское коммерческое право?
 - а) один из элементов российской правовой системы;
 - б) совокупность правовых норм, регулирующих правила торговли;
 - в) относительно самостоятельное подразделение системы российского права, состоящее из правовых норм и институтов, регулирующих качественно специфический вид общественных отношений;+
 - г) совокупность обычаев делового оборота.

3. Предмет коммерческого права:
 - а) управленческие отношения;
 - б) отношения, возникающие в сфере товарного обращения;+
 - в) отношения, возникающие в сфере административного права;
 - г) управленческие отношения и отношения, возникающие в сфере товарного обращения и административного права.

4. Что является целью коммерческой деятельности?
 - а) извлечение прибыли посредством систематического отчуждения товаров;+
 - б) просто систематическое отчуждение товаров;
 - в) безвозмездная передача товаров третьим лицам.
 - г) получение прибыли.

5. Что такое торговый обычай?
 - а) правило применяемое по соглашению сторон;
 - б) правило применяемое при наличии разногласий между сторонами;
 - в) правило, сложившееся в сфере торговли на основе постоянного и единообразного повторения конкретных фактических отношений;+
 - г) правило применяемое одной из сторон.

6. Что такое субъект коммерческой деятельности?
 - а) несовершеннолетние;

- б) специалист, работающий в области юриспруденции;
 - в) юридические лица или индивидуальные предприниматели, занимающиеся торгово-предпринимательской деятельностью и зарегистрированные в установленном законом порядке;+
 - г) экономист.
7. Что из ответов является специальными субъектами товарного рынка?
- а) оптовые продовольственные рынки, торгово-промышленные выставки;
 - б) торгово-промышленные выставки;
 - в) только торгово-промышленные палаты, оптовые продовольственные рынки;
 - г) оптовые продовольственные рынки, торгово-промышленные выставки, только торгово-промышленные палаты. +
8. Что относится к коммерческим организациям?
- а) общественная организация;
 - б) благотворительный фонд;
 - в) общество с ограниченной ответственностью;+
 - г) общественный фонд.
9. В какой момент гражданин признается предпринимателем?
- а) подачи заявления о регистрации его в качестве индивидуального предпринимателя;
 - б) государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;+
 - в) достижения полной дееспособности;
 - г) осуществления предпринимательской деятельности.
10. Что является объектом торгового оборота?
- а) личные права и обязанности;
 - б) личный капитал;
 - в) товарораспорядительные документы;+
 - г) личные свободы.
11. Основная цель деятельности некоммерческой организации:
- а) получение прибыли;
 - б) получение прибыли не является основной целью;+
 - в) получение гарантий;
 - г) получение товара.
12. Основные формы образования юридических лиц как субъектов коммерческой деятельности:
- а) хозяйственные товарищества и общества, государственные и муниципальные унитарные предприятия;
 - б) только государственные и муниципальные унитарные предприятия;
 - в) общество с ограниченной ответственностью;

г) хозяйственные товарищества и общества, общество с ограниченной ответственностью, государственные и муниципальные унитарные предприятия.+

13. Что значит право владения?

- а) возможность иметь у себя данное имущество;
- б) содержать его в своем хозяйстве;
- в) фактически обладать им;
- г) владение, пользование и распоряжение имуществом.+

14. На что подразделяются средства защиты права собственности?

- а) вещно-правовые средства;
- б) обязательственно-правовые;
- в) средства, направленные на защиту интересов собственника при прекращении права собственности по основаниям, предусмотренным в законе;
- г) вещно-правовые, обязательственно-правовые и средства предусмотренные в законе.+

15. Основной признак коммерческого договора:

- а) возмездность;
- б) заключается субъектами торговых отношений;
- в) спорные ситуации разрешаются арбитражным судом.
- г) возмездность, субъектность, разрешение споров арбитражным судом.+

16. Что принято понимать под «коммерцией»?

- а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;+
- б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров;
- г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

17. Что будет целью коммерческой стратегии?

- а) определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия;+
- б) определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия;+
- в) разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности;

г) определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения

18. Отметьте основные моменты, с которыми связана организация коммерческих процессов:

- а) с куплей товаров и/или услуг;
- б) с продажей товаров и/или услуг;
- в) с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
- г) с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
- д) с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций. +

19. Объект коммерческой деятельности:

- а) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;
- б) услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;
- в) реклама; представительские услуги;
- г) аудит; консалтинг;
- д) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг+

20. Название основного потребительского предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность:

- а) реальное воплощение товара;
- б) замысел товара;+
- в) дополнение к товару;
- г) доставка товара;
- д) использование товара.

21. Что не является коммерческой организацией:

- а) хозяйственные товарищества и общества;
- б) производственные кооперативы;
- в) потребительские кооперативы;+
- г) государственные унитарные предприятия

22. Отметьте функции, которые выполняет коммерческая информация:

- а) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия;
- б) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности

предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности;+

в) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия;

г) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии

23. Что включает в себя коммерческая служба промышленного предприятия?

а) отдел координации закупок и продаж;

б) отдел транспорта и таможенных операций;

в) отдел маркетинга и цен;+

г) отдел рекламы;

д) отдел работы с посредниками;

е) все вышеперечисленные варианты верны

24. Что включают в себя обязанности коммерческих работников сбытовых служб промышленных предприятий?

а) изучение рынков;

б) изучение рынков поставщиков и потребителей;+

в) разработка контрактов с определением цен

25. Отметьте основную цель работы розничных торговых предприятий:

а) в организации торгового обслуживания покупателей;

б) в организации товаров;

в) в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;+

г) в формировании ассортимента товаров.

26. Какой смысл содержит данное высказывание?

«Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»

а) то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;+

б) то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;

в) то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;

г) то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;

д) то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

27. Название системы побудительных мер и приемов, которые носят, чаще всего, кратковременный характер, и направлена на поощрение покупки или продажи товара:
- а) розничная продажа;
 - б) оптовая продажа;
 - в) стимулирование сбыта;+
 - г) сезонные скидки
28. Что НЕ относится к мероприятиям по стимулированию сбыта, которые направлены на потребителя?
- а) скидки с цены;
 - б) премии;+
 - в) распространение купонов;
 - г) бесплатные образцы товаров
 - д) нет правильного ответа
29. Укажите отдел предприятия, не относящийся к коммерческой службе:
- а) маркетинга;
 - б) сбыта;
 - в) услуг;
 - г) кадров+
30. Отметьте определяющие критерии при выборе поставщика:
- а) цена и качество;
 - б) скидки и доступность информации;
 - в) принадлежность к одной отрасли
31. Отметьте то, что не относится к предпродажному обслуживанию:
- а) разработка каталогов и прейскурантов;
 - б) доставка товара к месту продажи;+
 - в) распаковка и расконсервация;
 - г) подготовка товара к продаже;
32. Что входит в коммерческую работу по выявлению или изучению источников товарных ресурсов?
- а) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию по низким ценам;
 - б) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих конкурентоспособную продукцию высокого качества, разнообразного ассортимента по приемлемым ценам;+
 - в) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих продукцию высокого качества по высоким ценам;
 - г) поиск потенциальных поставщиков товаров, предлагающих новую продукцию.

33. «Широта» ассортимента –

- а) количество товарных единиц в товарной группе;
- б) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- в) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- г) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.+

34. Отметьте несуществующий вид сервиса:

- а) предпродажный;
- б) послепродажный;
- в) внутрипродажный;+
- г) все вышеперечисленные варианты верны

Вопросы к зачету

1. Понятие и роль коммерческой деятельности
2. Основные понятия: предпринимательская, коммерческая, торгово-сбытовая деятельность, бизнес, их общность и различия
3. Рынок товаров и услуг и факторы, влияющие на его состояние
4. Задачи коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг
5. Характеристика субъектов коммерческих правоотношений
6. Требования, предъявляемые к коммерческим работникам
7. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
8. Сферы применения коммерческой деятельности: отрасли материального производства и социально-культурной сферы, их структура и признаки.
9. Коммерческая тайна и ее защита
10. Особенности коммерческой деятельности в сферах обслуживания.
11. Инфраструктура рынка товаров и услуг.
12. Объекты коммерческой деятельности: понятие, назначение, классификация.
13. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
14. Услуги как объекты коммерческой деятельности: понятие, виды услуг – материальные и нематериальные.
15. Субъекты коммерческой деятельности: юридические лица – коммерческие и некоммерческие организации, объединения коммерческих организаций, субъекты среднего и малого предпринимательства; физические лица - индивидуальные предприниматели.
16. Основные виды коммерческой деятельности
17. Понятие, сущность ассортиментной политики торгового предприятия.
18. Сущность и роль внутрифирменного планирования
19. Формирование ассортимента товаров в предприятиях оптовой торговли
20. Стратегическое планирование как часть единой системы внутрифирменного планирования
21. Управление коммерческой деятельностью организации
22. Функции коммерческой деятельности
23. Структура управления коммерческой деятельностью предприятий.
24. Управление и мотивация труда персонала коммерческих служб.
25. Управление ассортиментом товаров
26. Прогнозирование оптимальной структуры ассортимента
27. Выбор источников закупок
28. Документальное оформление закупок товаров
29. Анализ и оценка коммерческой деятельности
30. Система показателей анализа и оценки коммерческой деятельности организаций.
31. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности предприятий.

32. Основные направления инновационной деятельности предприятий в сфере коммерции.

Примерные темы контрольной работы

1. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
2. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями на потребительском рынке.
3. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
4. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на потребительском рынке товаров и услуг.
5. Влияние коммерческих сделок, заключаемых субъектами потребительского рынка, на результативности торгового предприятия.
6. Риск в торговле потребительскими товарами и его распределение между сторонами коммерческих договоров.
7. Характеристика и оценка товара как субъекта коммерческой деятельности на потребительском рынке.
8. Услуги на потребительском рынке в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.
9. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями на потребительском рынке.
10. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
11. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
12. Прогнозная оценка спроса на рынке товаров.
13. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
14. Организационные аспекты закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия.
15. Управление товарооборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
16. Организация и управление процессами товародвижения на потребительском рынке.
17. Организация и управление процессами продажи предприятий в условиях конкуренции.
18. Сервисное обслуживание в торговле.
19. Организация и развитие розничной торговли в условиях рынка как сферы коммерческой деятельности.
20. Организация и развитие оптовой и розничной торговли в зарубежных странах.
21. Сравнительная характеристика коммерческой деятельности разных форм предприятий розничной торговли в рыночных условиях.
22. Оптовая торговля в системе потребительского рынка и развитие ее организационных форм.

23. Организация торговли потребительскими товарами на аукционах.
24. Организация и технология коммерческих операций на торгах.
25. Особенности торговли научно-технической продукцией на российском рынке по лицензионным договорам.
26. Организация выставочного дела на потребительском рынке России.
27. Образование и развитие рынка лизинга в России.
28. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.
29. Развитие материально-технической базы в торговле с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
30. Инвестиции как источник развития материально-технологической оснащенности торговых предприятий.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Задания для оценки сформированности компетенции ПК-4:

Задание 1. Сочетание трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия:

- а) профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид;
- б) заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность;
- в) стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.

Ответ: б

Задание 2. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам (множественный выбор):

- а) менеджер по продажам воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму;
- б) стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу;
- в) степень принятия рисков.

Ответ: а, б

Задание 3. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:

- а) харизматичность менеджера по продажам;
- б) давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом;
- в) высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.

Ответ: 3

Задание 4. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:

- а) продажа;
- б) создание благоприятного впечатления о себе и своей компании;
- в) достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

Ответ: в

Задание 5. Позитивная роль конкуренции заключается в (множественный выбор):

- а) регуляции динамики цен;
- б) стимуляции к развитию сервиса;
- в) созданию атмосферы гонки.

Ответ: 1, 2

Задание 6. Классификация товаров по виду спроса на них.

Ответ:

Задание 7. Виды маркетинговых стратегий.

Ответ:

Задание 8. Дайте определение понятию «линейка товаров».

Ответ:

Задание 9. Что предполагает стратегия интенсивного маркетинга?

Ответ:

Задание 10. Дайте определение понятию «мерчендайзинг».

Ответ:

Составитель

Цынгуева Виктория Владимировна

Задания

для проведения практических занятий и выполнения контрольной работы
для студентов факультета экономики и управления

Редактор Т.К. Коробкова

Компьютерная верстка В.В. Цынгуева

Подписано в печать . Формат 60x84 ¹/₁₆.

Объем 0,80 уч.- изд. л., 1,06 усл. печ. л.

Тираж 100 экз. Изд. №. _____ Заказ №

Отпечатано ИЦ Университет биотехнологий «Золотой колос»

630039, Новосибирск, ул. Добролюбова, 160, каб. 106.

Тел./факс (383) 267-09-10. E-mail: 2134539@mail.ru