

Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2006. - 248 с. - (Высшее образование).

В учебнике рассматриваются вопросы, связанные с организацией и развитием коммерческой деятельности торговых предприятий в условиях формирующихся рыночных отношений. Излагаются особенности потребительского рынка, методологические и организационные аспекты коммерции, материально-техническое и информационное обеспечение, технология управления, функционирование розничной, оптовой торговли и торгово-посреднических структур в новых условиях хозяйствования. Особое внимание уделяется результатам исследований, практическим рекомендациям и оценке коммерческой деятельности.

Для студентов и аспирантов высших учебных заведений коммерческого профиля, руководителей, специалистов торговых и коммерческих предприятий.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
Глава 1. РЫНОК ТОВАРОВ КАК СФЕРА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	5
1.1. Модель товарного рынка	5
1.2. Рынок товаров и потребитель.....	9
1.3. История развития коммерческого предпринимательства в России	15
1.4. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран	21
Глава 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	34
2.1. Понятие методологии коммерческой деятельности.....	34
2.2. Сущность и содержание коммерческой деятельности.....	38
2.3. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности	42
2.4. Концепция коммерческой деятельности	44
2.5. Системный подход к коммерческой деятельности	48
Глава 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	52
3.1. Торговые предприятия в новых условиях хозяйствования	52
3.2. Формы и отношения собственности в условиях рынка.....	55
3.3. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий	59
3.4. Розничная и оптовая торговая сеть, ее структура и функции	65

Глава 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ	
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	72
4.1. Материально-техническая база	
и техническая политика.....	72
4.2. Инвестиции как источник развития	
материально-технической базы.....	76
Глава 5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ	
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	86
5.1. Информация в управлении	
коммерческой деятельностью.....	86
5.2. Технические средства для сбора,	
обработки и выдачи информации.....	88
5.3. Автоматизированная технология	
обработки информации	89
5.4. Защита коммерческой информации.....	93
Глава 6. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ	
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	97
6.1. Задачи и сущность управления	
коммерческой деятельностью.....	97
6.2. Принципы и методы управления	
коммерческой деятельностью торгового предприятия.....	99
6.3. Функции и структура управления оптовых	
и розничных торговых предприятий	102
6.4. Управление и мотивация труда персонала.....	113
6.5. Личность коммерсанта-предпринимателя	
в современных условиях.....	122
Глава 7. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ТОВАРОВ	126

7.1. Содержание исследования рынка товаров	126
7.2. Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования.....	130
7.3. Качество и потребительская оценка товаров на рынке.....	136
7.4. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары	142
Глава 8. ЗАКУПКИ И ПОСТАВКИ ТОВАРОВ В ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ	149
8.1. Товарообеспечение и коммерческие связи.....	149
8.2. Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения.....	153
8.3. Прямые закупки товаров у производителей.....	157
8.4. Управление товарными запасами.....	160
Глава 9. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ	166
9.1. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле	166
9.2. Кооперация в оптовой торговле	169
9.3. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие	173
9.4. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителя.....	175
9.5. Организация оптовой продажи товаров	177
Глава 10. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ	186
10.1. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии.....	186
10.2. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента.	188

10.3. Управление развитием целевых рынков товаров.....	191
10.4. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей.....	197
10.5. Цели, задачи и содержание рекламы в организации коммерческой деятельности.....	202
Глава 11. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ.....	205
11.1.Формы торгово-посреднических структур.....	205
11.2.Развитие коммерческо-посреднической деятельности.....	207
11.3.Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы Российской Федерации.....	209
11.4. Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов.....	212
Глава 12. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ	218
12.1.Предпосылки продвижения торговли к рынку.....	218
12.2.Модели построения и ведения коммерческой деятельности в торговом предприятии.....	221
Глава 13. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	230
Приложения	237
Список литературы	241