

Панкратов Ф. Г.

Коммерческая деятельность: Учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. — 13-е изд., перераб. и доп.— М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 500 с

Оглавление

Введение	11
----------	----

Раздел I

Основы коммерческой деятельности

Глава 1. Сущность, роль, содержащее и задачи коммерческой работы.....	15
1.1. Понятие и сущность коммерческой работы.....	15
1.2. Развитие коммерческой деятельности в России	— 17
1.3. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле	—.....—... 23
1.4. Предмет, содержание и задачи курса "Коммерческая деятельность"	... — 27
1.5. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе	. . — 30
Глава 2. Психология и этика коммерческой деятельности...—	—....— 35
2.1. Понятие о профессиональной психологии, этике, этикете— 35
2.2. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику	— 38
2.3. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта ...—	— 40
2.4. Организация и ведение деловых переговоров. Деловой протокол	— 45
2.5. Деловые письма в коммерческой работе	— 53
2.6. Коммерческий риск и способы его уменьшения	— 58

Глава 3. Коммерческая информация и ее защита	62
3.1. Понятие коммерческой информации и источники ее получения.....	— 62
- 3.2. Коммерческая тайна и ее содержание.....	— 64
3.3. Обеспечений защиты коммерческой тайны.....	70
3.4. Роль товарных знаков в коммерческой работе—	73
Коллективный знак.....	76
Использование товарного знака	78
Уступка товарного знака (товарный франчайзинг)—	79
Прекращение правовой охраны товарного знака	79
Глава 4. Организация хозяйственных связей в торговле....	81
4.1. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле	81
4.2. Общие положения договора купли-продажи	84
4.3. Договор розничной купли-продажи.....	90
4.4. Договор поставки товаров.....	93
Содержание договора поставки.....	96
Коммерческо-правовой комментарий к основным условиям договора поставки—	97
Имущественная ответственность.....	103
Изменение и расторжение договора поставки	104
4.5. Государственный контракт <u>на поставку товаров</u> для государственных нужд	105
Основания поставки товаров для государственных нужд.....	105
Порядок заключения <u>государственного</u> контракта (ст. 528 ГК РФ)	... 106
Заключение договора поставки товаров для государственных нужд (ст. 529 ГК РФ).....	107
4.6. Договор контрактации.....	110
4.7. Заявки и заказы на товары—.....	112

4.8. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность .—	114
4.9. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров	116

Глава 5. Организация расчетов в коммерческой деятельности 123

5.1. Сущность расчетов в коммерческой деятельности.-.....-	123
5.2. Наличная форма расчетов .—	125
5.3. Безналичная форма расчетов..	128
Расчеты платежными поручениями-требованиями	129
Аккредитивная форма расчетов—	131
Виды аккредитивов	133
Безотзывный аккредитив.	133
Расчеты платежными поручениями	134
Расчеты чеками	135
Расчеты в порядке плановых платежей.....	136
Расчеты с использованием векселей и основанные на зачете взаимных требований	136
5.4. Порядок открытия счетов в банке....—.....—	138
5.5. Расчеты в иностранной валюте....—..—.....—.....—	140
5.6. Факторинговые операции...—.....—.....	144

Раздел II
Организация коммерческой деятельности предприятий

Глава 6. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров 148

6.1. Сущность, роль и содержание закупочной работы—	148
6.2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация поставщиков.....	151

6.3. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаре». Контроль и учет поступления товаров _____ от поставщиков... _____ = _____ = 155	
Претензионная работа _____ —	156
6.4. Оптовые ярмарки (выставки-продажи) и их роль в закупке товаров _____	163
История возникновения и развития ярмарочной торговли..... _____ — _____	163
Значение и виды оптовых ярмарок _____	170
Организация работы оптовой ярмарки — _____	172
Порядок заключения договоров на ярмарке...	176
6.5 Оптовые продовольственные рынки, их роль _____ в закупках товаров _____ = ...	177
Роль и функции _____ = _____	177
Организация работы» _____	180
6.6. Мелкооптовые магазины-склады.....	185
Глава 7. Коммерческая работа по оптовой _____ и розничной продаже товаров	187
7.1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы _____ по продаже товаров	187
7.2. Организация коммерческой работы по оптовой _____ продаже товаров.-.—... _____ =	190
Организация хозяйственных связей _____	194
Формы и методы оптовой продажи товаров	196
7.3. Организация оказания услуг оптовыми _____ предприятиями клиентам.»....-	202
7.4. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.....	205
7.5. Методы розничной продажи товаров.....	210
7.6. Организация оказания торговых услуг покупателям....	219
Глава 8. Организация биржевой торговли.....	224
8.1. Сущность, роль и развитие биржевой торговли.....	224

8.2. Порядок создания товарной биржи и ее структура.—	227
8.3. Виды биржевых сделок—	231
8.4. Организация торговых операций на бирже—.....—	234

Глава 9. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)— 235

9.1. Сущность и виды торгов „-	235
9.2. Сущность и организационные формы аукционов—	236
9.3. Порядок проведения аукциона —	238
9.4. Организация проведения конкурсов (тендеров)	241

Глава 10. Формирование ассортимента и управление товарными запасами на складах и в магазинах... 248

10.1. Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Коммерческие требования к организации торговли ими... —	248
10.2. Порядок формирования и регулирование ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях —	254
10.3. Управление товарными запасами на торговых складах—	256
10.4. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах —	258
Жизненный цикл товара ...,—	261
Жизненный цикл модных товаров —	265
10.5. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине..... —	268

Глава 11. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров 278

11.1. Понятие, сущность и задачи рекламы—	278
11.2. Социально-психологические основы рекламы	286
Реклама как метод управления людьми	286

Психология потребительской мотивации поведения покупателя —.....—	293
11.3. Виды рекламных средств и условия их применения—..—	304
11.4. Организация рекламы в магазине	323
11.5. Организация рекламы в оптовом предприятии	329
Реклама в промышленности	332
11.6. Новые направления; развития рекламной деятельности за рубежом	335
11.7. Развитие и организация работы рекламно-информационных агентств	341
11.8. Эффективность рекламной деятельности—	352
Глава 12. Особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций.»... ..	361
12.1. Основные понятия и определения—	361
12.2. Организация экспортно-импортных операций	363
12.3. Документы, используемые при совершении экспортно-импортных операций.....	366
Глава 13. Организация таможенных операций	369
13.1. Понятие таможни и ее функции	369
13.2. Организация таможенного дела	
в Российской Федерации	370
Товары и транспортные средства	373
• Понятие таможенной территории	377
Таможенный союз	378
Руководство таможенным делом.	
Таможенные органы РФ.—	379
Таможенные платежи (тарифы).....	384
Основные таможенные режимы	386
Экономические таможенные режимы.....	387

Завершающие таможенные режимы.....	389
Специальные таможенные режимы....-V.....	390
Беспошлинная торговля.™—...—.....	391
13.3. Порядок таможенного оформления и контроля	
грузов.....«... ..	392
Декларирование товаров	393
Временное хранение товаров	396
Таможенное оформление	397
Формы и порядок проведения таможенного	<
контроля	399

Глава 14. Развитие лизинга (финансовой аренды)

в России	404
14.1. Понятие и сущность лизинга —	404
14.2. Предмет и субъект лизинга —.....-	406
14.3. Порядок заключения и исполнения договора	
лизинга.....	415
14.4. Экономическая эффективность лизинга	420

Глава 15. Франчайзинг в рыночной экономике

15.1. Сущность франчайзинга и его роль в развитии	
малого предпринимательства.....—	423
15.2. Виды франчайзинга	430
15.3. Экономические основы франчайзинга	436
15.4. Правовое регулирование франчайзинга в России.....	445

Глава 16. Особенности коммерческой работы в сфере услуг и общественном питании

16.1. Понятие услуг, их отличие от товаров	453
16.2. Классификация услуг	455
16.3. Специфика коммерции услуг.....—	456
16.4. Коммерческая деятельность в общественном	
питании.....*	459

Глава 17. Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий	—	465
17.1. Организационные структуры торговых предприятий, их функции-		465
17.2. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий-		495