

Баженов Ю. К.

Коммерческая деятельность: Учебник для бакалавров /
Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов; Под ред. д.э.н., проф.

Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация
«Дашков и К°», 2018. — 286 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
Раздел 1. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВЛЕ	10
Глава 1. Теоретические аспекты коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов торговли	10
1.1. Понятие предпринимательской деятельности	10
1.2. Сущность, содержание и функции коммерческой деятельности	15
1.3. Организационно-правовые аспекты коммерческой организации	17
Глава 2. Государственное регулирование рынка и коммерческой деятельности	21
2.1. Цель и принципы государственного регулирования —	21
2.2. Методы государственного регулирования товарного обращения	25
2.3. Основные понятия антимонопольного регулирования рынка	30
2.4. Средства антимонопольного регулирования рынка	33
Глава 3. Изучение спроса населения на товары как основа коммерческой деятельности	34
3.1. Покупательский спрос: понятие, условия и факторы, влияющие на его формирование	34
3.2. Методы изучения покупательского спроса	39
3.3. Оценка конъюнктуры рынка потребительских товаров —	43
Глава 4. Коммерческая информация и ее защита	47
4.1. Понятие и виды информации	47
4.2. Коммерческая информация и ее составляющие	50

4.3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.....	54
4.4. Коммерческая тайна и ее защита.....	58
4.5. Зарубежная практика защиты коммерческой тайны.....	66
4.6. Коммерческая разведка.....	69
Глава 5. Средства индивидуализации торговых предприятий и товаров — интеллектуальная собственность коммерческой организации.....	73
5.1. Понятие и особенности интеллектуальной собственности. Законодательное регулирование.....	73
5.2. Современные средства индивидуализации предприятий. Фирменное наименование и коммерческое обозначение.....	79
5.3. Виды товарных знаков и условия их использования.....	84
5.4. Особенности и роль собственных (частных) торговых марок.....	94
Глава 6. Риски в коммерческой деятельности.....	100
6.1. Понятие риска как экономической категории.....	100
6.2. Теоретические положения о рисках.....	104
6.3. Классификация коммерческих рисков.....	108
6.4. Факторы, влияющие на уровень коммерческого риска.....	116
6.5. Методы нейтрализации и снижения рисков.....	119
6.6. Страхование коммерческих рисков.....	126
Глава 7. Расчеты в коммерческой деятельности торговых предприятий.....	132
7.1. Организация кассовых операций.....	132
7.2. Прием и выдача наличных денег.....	136
7.3. Проведение наличных расчетов на предприятиях.....	138
7.4. Формы безналичных расчетов.....	139
Раздел 2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ.....	147
Глава 8. Формирование коммерческих связей для работы с поставщиками.....	147
8.1. Источники поступления товаров.....	147

8.2. Понятие коммерческих связей	149
8.3. Выбор поставщиков потребительских товаров	151
Глава 9. Договоры в коммерческой деятельности	153
9.1. Виды и характеристика договоров	153
9.2. Содержание договора поставки	161
9.3. Порядок заключения и расторжения договора поставки	169
Глава 10. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров	171
10.1. Сущность коммерческой деятельности по оптовой продаже товаров	171
10.2. Формы и методы оптовой продажи товаров	173
10.3. Организаторы торгового (оптового) оборота	176
10.4. Услуги оптовых предприятий	179
Глава 11. Организация биржевой торговли	180
11.1. Сущность и роль биржевой торговли	180
11.2. Управление товарной биржей	186
11.3. Организация торговых операций на бирже	188
Глава 12. Коммерческая деятельность на оптовых ярмарках и рынках	190
12.1. Предмет, структура и классификация оптовых ярмарок	190
12.2. Организация работы оптовых ярмарок	195
12.3. Организация работы оптового продовольственного рынка	199
Глава 13. Организация аукционных торгов	204
13.1. Сущность и организационные формы аукционов	204
13.2. Классификация аукционов	208
13.3. Порядок проведения аукционных торгов	209
Глава 14. Организация выставочной деятельности	214
14.1. Сущность и значение выставок	214
14.2. Классификация выставок	216
14.3. Предпосылки участия в выставках	219

14.4. Выбор соответствующей выставки	220
14.5. Контроль работы выставочного стенда	223
Глава 15. Розничная продажа как элемент коммерческой деятельности	224
15.1. Сущность и особенности коммерческой деятельности по розничной продаже товаров	224
15.2. Формы розничной торговли и методы торгового обслуживания покупателей	226
15.3. Методы стимулирования продажи товаров в розничной торговле	234
15.4. Услуги в розничной торговле	237
15.5. Правила продажи товаров и обслуживание покупателей в магазинах	246
Глава 16. Формирование и регулирование ассортимента товаров на торговых предприятиях	250
16.1. Понятие и классификация ассортимента товаров	250
16.2. Формирование ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли	257
16.3. Формирование товарного ассортимента на предприятиях розничной торговли	260
16.4. Товарные категории ассортимента	263
16.5. Методы ABC- и XYZ-анализа ассортимента товаров торгового предприятия	270
16.6. Регулирование ассортимента товаров — основа управления доходностью предприятия	273
Глава 17. Управление товарными запасами как ресурсами коммерческой деятельности торговых предприятий	276
17.1. Сущность, назначение и эффективное использование товарных запасов	276
17.2. Управление товарными запасами и коммерческие решения по их нормализации	280
ЛИТЕРАТУРА	283