

Яковлев Г. А.

Основы коммерции : учеб. пособие / Г. А. Яковлев. – М. :
ИНФРА-М, 2018. – 224с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1.	ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	5
1.1.	Понятие и сущность коммерческой деятельности	5
1.2.	Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью	7
1.3.	Принципы и методы управления коммерческой деятельностью предприятия	9
1.4.	Функции коммерческой деятельности предприятия в условиях рынка и рыночной среды	12
1.5.	Формирование коммерческой деятельности	14
Глава 2.	КЛАССИФИКАЦИЯ СУБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	17
2.1.	Организационно-правовые формы функционирования предприятия	17
2.2.	Малые предприятия и их эффективность по сравнению с крупными предприятиями	21
2.3.	Организационные формы объединения предприятий	23
2.4.	Инфраструктура рынка в сфере товарного обращения средств производства. Типы моделей рынка	28
Глава 3.	ТОВАРНЫЙ РЫНОК И ЕГО ФУНКЦИИ	33
3.1.	Социально-экономические функции рынка	33
3.2.	Рыночная система	34
3.3.	Типы рыночных отношений	35
3.4.	Определение емкости товарного рынка	38
Глава 4.	СТРУКТУРА РЫНКА В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ В ЭКОНОМИКЕ, ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ КАЖДОГО РЫНКА	44
4.1.	Виды конкуренции	44
4.2.	Совершенная конкуренция	46
4.3.	Чистая монополия	48
4.4.	Монополистическая конкуренция	55
4.5.	Олигополия	59
Глава 5.	КОММЕРЧЕСКИЕ СВЯЗИ НА РЫНКЕ	63
5.1.	Особенности формирования в России коммерческой системы в сфере товарного обращения	63
5.2.	Основные направления коммерческих связей	

5.3.	Формы коммерческих связей	66
5.4.	Распределение продукции предприятия и взаимодействие его участников	76
5.5.	Посредники в различных каналах распределения продукции.	77
Глава 6.	ПЛАНИРОВАНИЕ - ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	81
6.1.	Форма, содержание и технология разработки планов	81
6.2.	Разработка отдельных разделов бизнес-плана	83
6.3.	Структура бизнес-плана	85
Глава 7.	ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ЗАКУПКАМ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ.	89
7.1.	Планирование закупочной коммерческой деятельности	89
7.2.	Выбор потенциального поставщика	90
7.3.	Виды договоров в коммерческой деятельности.	94
7.4.	Порядок заключения, изменения и расторжения договоров предприятием.	98
Глава 8.	ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СБЫТУ ПРОДУКЦИИ.	101
8.1.	Сбытовая коммерческая деятельность.	101
8.2.	Планирование ассортимента продукции	102
8.3.	Планирование сбыта продукции на предприятии.	106
8.4.	Формы расчета с поставщиками при закупочной деятельности и сбыте продукции.	113
8.5.	Посредничество по закупкам материальных ресурсов и сбыту продукции	114
Глава 9.	КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	120
9.1.	Особенности сельскохозяйственного бизнеса.	120
9.2.	Коммерческая деятельность в сельском хозяйстве.	121
Глава 10.	ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ.	123
10.1.	Понятие оптовой торговли, ее функции	123
10.2.	Классификация предприятий оптовой торговли.	126
10.3.	Различия между розничной и оптовой торговлей	129
10.4.	Анализ товарооборота оптовыми предприятиями.	131

10.5. Анализ влияния факторов на выполнение плана и динамику оптового товарооборота	135
Глава 11. ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ	137
11.1. Понятие розничной торговли, особенности ее проявления на рынке и основные функции.	137
11.2. Содержание коммерческой деятельности в розничной торговле	139
11.3. Типы предприятий розничной торговли.	144
11.4. Оценка современного состояния розничной торговли.	149
11.5. Характеристика и анализ развития розничной торговли в РФ.	150
11.6. Управление материальными запасами.	155
Глава 12. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ОБМЕНА (ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ).	157
12.1. Практика применения электронной коммерции.	157
12.2. Система электронной коммерции.	166
12.3. Преимущества электронной коммерции.	166
Глава 13. КОММЕРЦИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ.	169
13.1. Виды и секторы услуг.	169
13.2. Классификация услуг.	171
13.3. Роль услуг в коммерции.	173
Глава 14. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ.	175
14.1. Понятие шоу-бизнеса.	175
14.2. Шоу-бизнес как предпринимательство и как часть массовой культуры	175
14.3. Российский шоу-бизнес.	177
Глава 15. ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	180
15.1. Сущность франчайзинга.	180
15.2. Виды франчайзинга.	181
15.3. Экономические преимущества франчайзинга	183
Глава 16. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БАНКОВ	186
16.1. Основы деятельности коммерческих банков.	186

16.2. Принципы банковской коммерции.....	186
16.3. Стратегия коммерческого банка и факторы его успеха	189
Глава 17. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В КОММЕРЦИИ	191
17.1. Инновационная деятельность как основа модернизации российского общества	191
17.2. Инновации в оптовом рынке	195
17.3. Предпринимательские риски	203
Глава 18. ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ	209
18.1. Составляющие имиджа	209
18.2. Модель имиджа предприятия	212
Вопросы к экзамену по дисциплине «Коммерция»	218
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	219