

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

Кафедра логистики и коммерции

**Программа подготовки к комплексному междисциплинарному экзамену
по коммерции для поступления на магистерскую программу по
специальности 100700.68 «Торговое дело»**

Иркутск
Издательство БГУЭП
2013

УДК
ББК
Авторский знак

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета экономики и права

Программа подготовки обсуждена и утверждена на заседании кафедры

(протокол № 32 от «11» февраля 2013 г.)

Составители: д.э.н. профессор Колодин В.С., д.э.н. профессор Бураков В.И.,
д.э.н. профессор Новикова Н.Г., к.э.н., доцент О.П. Дюнина, к.э.н., доцент
Федотов А.Н., к.э.н., доцент Шемякина Л.В., к.э.н., доцент Силантьев А.В.,
к.э.н., доцент С.Г. Холмовский, ст. преподаватель Шепина С.В.

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета, д.э. н., профессор

В.С. Колодин

" ____ " _____ 20 ____ г.

Начальник учебно-методического управления

" ____ " _____ 20 ____ г. _____

Программа подготовки к комплексному междисциплинарному экзамену по
коммерции для поступления на магистерскую программу по специальности
100700.68 «Торговое дело» . – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013. – с.

ББК

© Издательство БГУЭП, 2013

Раздел 1. Общая теория логистики функциональные виды логистики

Тема 1. Понятийный и терминологический аппарат логистики

Объективная необходимость и условия перехода к интегрированной системе управления товародвижением. История термина «логистики». Современное определение понятия «логистика». Предмет науки «логистика» и его отличие от предмета маркетинга и информатики. Общие и частные задачи логистики. Причины развития логистической идеи. Характеристика основных этапов развития логистики в России и за рубежом. Виды логистики.

Вопросы для контроля и обсуждения

- 1.1. Дайте определение логистики. Назовите основные правила логистики.
- 1.2. Основные предпосылки развития логистики в XX в.
- 1.3. Назовите основные и частные задачи логистики.
- 1.4. Охарактеризуйте взаимодействие логистики и маркетинга в хозяйственной деятельности предприятий.
- 1.5. Перечислите основные стадии развития логистики, дайте характеристику каждому этапу.
- 1.6. Основные виды логистики

Тема 2. Концепция и функции логистики

Понятие логистической концепции. Принципы и основные положения концепции. Функции логистики и их характерные особенности. Распределение функций между участниками логистического процесса.

Вопросы для контроля и обсуждения

- 2.1. Дайте определение концепции в общем виде и логистической концепции в частности.
- 2.2. Виды логистических концепций, их основные характеристики.
- 2.3. Принципы логистики.
- 2.4. Перечислите основные функции логистики.
- 2.5. Отличие традиционного и логистического подхода к организации хозяйственной деятельности.
- 2.6. Покажите функциональную взаимосвязь логистики с маркетингом, финансами и планированием производства.

Тема 3. Основные категории логистики

Понятие материального потока и логистической операции. Понятие информационного потока. Виды потоков. Принципы потребления материального потока. Логистические каналы и цепи. Принципы графического отображения материальных и информационных потоков. Сущность логистической оптимизации потоков.

Вопросы для контроля и обсуждения

- 3.1. Дайте определение материального потока, его размерности и элементов.

- 3.2. Виды материальных потоков.
- 3.3. Принципы потребления материального потока.
- 3.4. Информационный поток. Виды информационных потоков.
- 3.5. В чем отличие логистического канала и цепи?
- 3.6. Звенья логистической цепи, виды.

Тема 4. Логистические системы и принципы их построения

Понятие системы. Отличительные признаки и определения логистической системы. Границы и схемы взаимосвязей логистической системы. Виды логистических систем и их характеристика. Правила построения логистической системы. Содержание системы – «6R». Роль и назначение логистических систем. Макро- и микрологистические системы, их функции.

Вопросы для контроля и обсуждения

- 4.1. Выделите основные функции логистического управления.
- 4.2. Кратко охарактеризуйте организационные структуры управления.
- 4.3. Определите роль и место отдела логистики в структуре компании.
- 4.4. Перечислите основные функции логистического анализа.

Тема 5. Методологический аппарат логистики

Сущность системного подхода в логистике и его отличия от традиционного («классического») подхода к формированию систем управления и организации материального потока. Общая характеристика методов решения логистических задач. Классификация моделей логистических систем. Характеристика основных видов моделей. Понятие имитационного моделирования. Фазы имитационного моделирования. Преимущества и недостатки имитационных моделей. Экспертные системы в логистике.

Вопросы для контроля и обсуждения

- 4.1. Сформулируйте отличие системного и традиционного подхода к формированию систем управления.
- 4.2. Модели в логистике, виды моделей, их достоинства и недостатки.
- 4.3. Экспертные решения в логистике.
- 4.4. Порядок проведения экспертиз.

Тема 6. Производственная логистика

Понятие, сущность и задачи производственной логистики. Характеристика внутрипроизводственных логистических систем. Содержание логистической концепции организации производства. Понятие о технологиях управления материальными потоками во внутрипроизводственных логистических системах («выталкивающие» и

«вытягивающие» системы управления). Правила приоритетов. Цикл выполнения заказа

Вопросы для контроля и обсуждения

- 6.1. Дайте определение производственной логистики
- 6.2. Назовите основные задачи производственной логистики
- 6.3. Выделите особенности выталкивающей и вытягивающей производственной системы
- 6.4. Какие операции соответствуют основным этапам производственного цикла.
- 6.5. Выделите сильные и слабые стороны системы «Точно в срок».
- 6.6. Назовите основные правила приоритетов

Тема 7. Роль и категории запасов в логистике

Необходимость и роль запасов в системе логистики. Понятие совокупных запасов. Критерии распределения запасов между сферой производства и обращения. Роль и назначение товарных запасов. Основные категории запасов и их функциональное назначение. Категория запасов незавершенного производства. Причины образования циклических запасов. Определение оптимального размера партии завоза. Страховой запас в условиях колебания спроса. Методы принятия решений о развитии производства в условиях сезонного (временного) колебания спроса. Понятие качества и надежности обслуживания. Принципы формирования политики обслуживания клиентуры. Основные факторы, влияющие на качество обслуживания. Характеристика и показатели надежности обслуживания.

Тема 8. Управление и оптимизация запасов

Критерии и принципы размещения запасов. Основные факторы, влияющие на уровень и размещение запасов в условиях колебания спроса. Стратегия выбора системы размещения страховых запасов в многоэтапных системах. Модели и методы оперативного регулирования запасов. Виды моделей непрерывного и периодического действия. Их преимущества и недостатки. Методы определения размера страхового и среднего запаса в условиях колебания спроса. Назначение плановых запасов в рыночной деятельности. Понятие и сущность системы управления запасами «точно в срок». Проблемы пополнения запасов продукции на складах системы распределения. Принципы выбора системы управления запасами. Понятие об одно- и двухрядной классификации товаров А-В-С.

Тема 9. Место транспортной логистики в логистической цепи поставок

Понятие транспорта. Функции транспортировки. Главная цель транспортировки. Основные документы при перевозке внутри страны и за ее пределы. Содержание и назначение данных документов.

Тема 10. Управление транспортировкой

Организационные принципы транспортировки. Стратегии ценообразования и определение «полезных затрат» при организации перевозок. Управление транспортной логистикой на микроуровне.

Литература

1. Аникин Б.А., Родкина Т.А. Логистика: Учебник для Вузов. – М.: Велби, 2008, - 406с.
2. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник – 19-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 484с.
3. Неруш Ю.М. Логистика: Учебник. - М.: Проспект, 2007, - 517с.

Раздел 2 Менеджмент-маркетинг

Тема 1. Концепция маркетинга

Товарная концепция деятельности фирмы. Эволюционные проблемы развития товарной концепции. Товарная политика предприятия. Современные требования к качественным характеристикам товара и услуги.

Сущность и характеристика производственной концепции фирмы. Основные составляющие производственной концепции: сырье, современные технологии, качественная рабочая сила.

Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция рекламы и стимулирования сбыта. Залог успешной продажи на современном этапе развития предпринимательской деятельности.

Классическая (традиционная) концепция маркетинга как основная составляющая деятельности фирмы на рынке. Предварительное исследование потребительского рынка. Основной принцип маркетинга при рыночной концепции развития экономики.

Концепция социально-этического маркетинга. Этические требования к маркетинговой деятельности. Социально-этические особенности деятельности транснациональных корпораций.

Тема 2. Маркетинговая среда и ее структура

Маркетинговая среда организации, ее сущность. Микросреда деятельности фирмы. Характеристика участников микросреды. Организационная структура деятельности предприятия. Функциональное взаимодействие участников предприятия. Централизованная и децентрализованная структура управления.

Роль поставщиков в деятельности предприятия. Состояние конкурентной среды, ее оценка. Расчет коэффициента конкурентоспособности. Анализ конкурентоспособности товара и предприятия.

Анализ клиентурного рынка. Характеристика рынка покупателей. Рынок производителей. Рынок государственных учреждений. Рынок торговых посредников. Рынок международных предпринимателей.

Характеристика и роль маркетинговых посредников в деятельности предприятия. Характеристика основных составляющих контактных аудиторий деятельности фирмы: финансовые круги, государственные органы, средства массовой информации, гражданские группы, широкая публика, внутренняя контактная аудитория. Факторы, влияющие на спрос: контролируемые и неконтролируемые организацией.

Тема 3. Приоритет потребителя

Анализ мотиваций потребителей. Метод опроса. Этапы проведения опроса общественного мнения. Разработка анкеты, требования предъявляемые к ней.

Исследование мотиваций потребителей при помощи эксперимента. Порядок проведения эксперимента. Метод наблюдения. Методика расчета коэффициента привлечения внимания. Расчет коэффициента действенности рекламы.

Шкала потребительских предпочтений. Особенности анализа приоритетов потребителей на рынке товаров промышленного назначения. Требования, предъявляемые к выборке промышленных предприятий в ходе проведения анализ мотиваций.

Тема 4. Сегментация рынка

Сущность и значение маркетинговых исследований в экономике. Сущность и обоснование необходимости сегментации рынка. Сегментация рынка по географическому признаку. Демографический принцип сегментации потребителей. Психологические аспекты сегментации клиентурного рынка. Психографический принцип сегментации рынка. Поведенческие особенности реакции потребителя на продукцию.

Исследования повода для совершения покупки потребителем. Анализ степени приверженности потребителей к товару, марке и брэнд. Сегментация потребителей по статусу, реакции на товар, искомым выгодам. Характеристика степеней покупательской готовности.

Виды маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетингового исследования. Методы маркетинговых исследований. Система и источники информации в маркетинговом исследовании. Система сбора первичной информации. Анкетирование как метод сбора первичной информации. Роль и значение вторичной информации в ходе проведения маркетингового исследования.

Тема 5. Выбор целевого рынка

Стратегии охвата рынка по количеству. Недифференцированный маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг. Концентрация усилий фирмы на одном узком сегменте рынка. Охват фирмой нескольких сегментов и маркетинговые действия на них. Целесообразность применения политики недифференцированного маркетинга для отдельных товарных групп.

Позиционирование товара и фирмы на рынке. Факторы успеха при различных способах позиционирования товара и фирмы. Ценовые преимущества позиционирования. Качественные характеристики товара и их значение при позиционировании. Ассортиментные принципы позиционирования. Увеличение доли рынка фирмой вглубь и вширь. Размещение товара рядом с товаром конкурента. Позиционирование на рынке принципиально нового товара. Условия успеха позиционирования нового товара или услуги. Оценка уровня спроса и емкости рынка при позиционировании нового продукта.

Тема 6. Стратегии маркетинга

Понятие стратегического маркетинга. Сущность понятия «стратегия». Тактический маркетинг. Операционный маркетинг. Разработка маркетинговой программы деятельности фирмы. Постановка основных целей деятельности предприятия. Оценка широты программы маркетинга. Анализ хозяйственного портфеля. Оценка сильных и слабых сторон деятельности фирмы при помощи матрицы БКГ. Характеристика «квадратов» матрицы БКГ: «звезды», «дойные коровы», «трудные дети», «собаки». Анализ рентабельных и нерентабельных участков деятельности предприятия. Принятие решения об инвестировании рентабельных участков предприятия.

Разработка стратегии роста фирмы: интенсивный рост, интеграционный рост, диверсификационный рост. Расширение рынков сбыта. Совершенствование продукта. Поиск новых целевых рынков при выпуске нового продукта. Горизонтальная интеграция. Регрессивная интеграция. Прогрессивная интеграция.

Характеристика стратегии диверсификации. Конгломератная диверсификация. Концентрическая диверсификация. Горизонтальная диверсификация.

Тема 7. Система маркетинговых планов

Стратегическое планирование и планирование маркетинга. Этапы стратегического планирования. Состав и структура маркетингового плана. Тактические задачи маркетингового плана.

Планирование бюджета на маркетинг. Определение маркетингового бюджета при помощи функции реакции сбыта. Расчет бюджета на маркетинг на основе целевой прибыли. Сводка контрольных показателей и показателей емкости рынка.

Назначение ответственных лиц за выполнением маркетинговых задач. Делегирование маркетинговых полномочий в ходе проведения маркетингового планирования. Определение субъекта и объекта планирования маркетинга.

Ревизия и контроль маркетинга. Функции ответственных лиц за проведение ревизии и контроля. Этапы проведения контроля над выполнением плана маркетинга. Методы проведения контроля маркетинга на предприятии. Источники информации и исходные данные для проведения эффективного контроля маркетинговой деятельности. Основные направления проведения ревизии маркетинга на предприятии. Ответственные лица и их функции при проведении ревизии маркетинга. Принципы организации службы маркетинга: функциональный, продуктовый, географический.

Тема 8. Понятие, сущность, закономерности, принципы и основные категории менеджмента

Понятие «менеджмент». Менеджмент как функция и процесс. Менеджмент как аппарат управления. Менеджмент как наука и искусство. Классические принципы управления (20-е годы XX в.). Новые принципы управления. Основные положения старой и новой парадигм управления. Новейшие исторические тенденции. Глобализация. Управление качеством. Обучающаяся организация

Тема 9. Эволюция концепций менеджмента

Школа научного управления. Административная (классическая) школа. Концепция бюрократических организаций. Школа человеческих отношений.

Поведенческие науки. Количественные методы (наука управления). Процессный подход к управлению. Управление как процесс. Системный подход к управлению организацией. Организация как открытая система. Ситуационный подход к управлению. Методология ситуационного подхода.

Тема 10. Организация как система управления, жизненный цикл и типы организаций, стратегическое управление организацией

Основные внутренние переменные организации, их взаимосвязь. Системная модель внутренних переменных. Цели. Классификация целей. Требования к целям. Задачи. Технологии. Классификации технологий. Структура организации. Люди. Организационная культура. Уровни организационной культуры. Элементы организационной культуры. Управление культурой. Анализ внутренней среды. Значение внешнего окружения. Факторы среды косвенного воздействия (макроокружение): политико-правовые, экономические, социокультурные, технологические, международные. Факторы среды прямого воздействия (микроокружение): поставщики, потребители, конкуренты. Анализ факторов внешней среды. Характеристики факторов внешней среды: взаимосвязь, сложность, подвижность, неопределенность.

Тема 11. Функции менеджмента, их взаимосвязь и динамика

Понятие стратегии. Разработка стратегии на корпоративном уровне. Формулирование стратегии на уровне подразделений. Функциональные стратегии. Структура и содержание стратегического плана. Планирование реализации стратегии. Тактика, политика, процедуры, правила. Управление по целям. Бюджеты. Оценка стратегии. условно-постоянное и разовое). Ответственность (управленческая и исполнительская). Полномочия (линейные и штабные). Препятствия к эффективному делегированию. Виды внутренних нормативных документов. Процесс разработки Положения о структурном подразделении: этапы и принципы. Этапы построения организационной структуры. Принципы рациональной бюрократии. Современные требования к организационным структурам. Необходимость изменения структуры. Сущность, содержание и структура мотивации. Потребности. Мотив. Мотивационная структура человека. Стимулы. Процесс стимулирования. Внутренняя и внешняя мотивация. Мотивационный процесс, его стадии.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент.- СПб.: Питер, 2008. – 797 с.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг. – М.: ОМЕГА-Л, 2007.- 655 с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент. М.: Проспект, 2009.
4. Дафт Р. Менеджмент /Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2006.

5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента.- М: ООО «И.Д. Вильямс», 2008.

Раздел 3. Менеджмент в розничной торговле и организация, технология и проектирование предприятий

Тема 1. Современные тенденции и проблемы в розничной торговле

Значение и функции розничной торговли в экономике страны (в том числе сдвиг баланса сил в каналах распределения). Две противоречивые тенденции, преобразующие структуру розничной торговли. Формы розничной торговли. Понятие формата и его основные признаки. Характеристика форматов розничной торговли. Три теории эволюции розничной торговли. Варианты создания торговых сетей, в том числе франчайзинг. Проблемы формирования торговых сетей. Две стратегические модели развития торговых сетей. Основные элементы торгово-технологического процесса и их краткая характеристика. Современные методы учета движения торгового ассортимента.

Понятие карты технологического процесса в розничной торговле.

Тема 2 . Стратегические вопросы рыночно ориентированного управления в розничной торговле

Процессный подход к организации рыночно ориентированного управления в розничной торговой организации. Сущность и генезис концепции маркетинга-микс. Особенности маркетинга-микс в розничной торговле. Концепция анализа рыночных возможностей. Модель маркетинговой среды розничной торговой организации. Особенности анализа спроса и конкурентов в розничной торговле. Конкурентная среда и методы определения основных конкурентов. Анализ конкурентов ориентированный на тактические задачи в розничной торговле. Анализ конкурентов ориентированный на стратегические задачи в розничной торговле. Конкурентная стратегия и организационная структура розничной торговой организации.

Тема 3. Тактические вопросы рыночно ориентированного управления в розничной торговле

Сущность торгового ассортимента в условиях конкуренции. Его основные параметры. Факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента. Этапы управления торговым ассортиментом в розничной

торговле. Логистический подход. Ассортиментные матрицы и их роль в управлении торговым ассортиментом. Границы применения категорийного менеджмента в управлении ассортиментом в различных секторах розничной торговли. Значение цены в управлении торговым ассортиментом.

Методика расчета торговой наценки ориентированной на издержки в условиях неопределенности спроса.

Методика расчета торговой наценки ориентированной на спрос и на конкурентов. Определение цели, задачи и правила мерчандайзинга в розничной торговле

Планировка магазина и торгового зала. Размещение товаров в торговом зале. Выкладка товаров. Атмосфера магазина. Оформление витрин в розничной торговле. Основные принципы управления с персоналом в розничной торговле.

Значение активной продажи в розничной торговле. Американский и европейский подходы в технологии активной продажи.

Тема 4. Коммерческие предприятия: виды, функции, классификация

Понятие предприятия торговли. Описание классификаторов ОКОНХ и ОКПД (ОКВЭД). Классификационные признаки, согласно которых относят торговых предприятия к той или иной группе. Основные виды и функции предприятий. Роль торговых предприятий в товаропроводящей цепи.

Тема 5. Организация и управление торгово–технологическим процессом в розничной сети

Содержание торгово–технологического процесса в магазине. Элементы торгово–технологического процесса и их функциональное назначение. Организация и технология розничной продажи товаров. Организация расчетов с использованием современных электронных средств. Организация функционирования розничных рынков. Основные требования к устройству магазинов. Планировка торговых залов. Технологические зоны магазина и правила их сообщения. Санитарно–технические устройства магазина, правила их эксплуатации.

Тема 6. Торгово–технологическое оборудование предприятий

Мебель для торговых залов. Холодильное оборудование. Измерительное оборудование. Контрольно–кассовое оборудование. Порядок сертификации измерительного оборудования. Правовое обеспечение

применения контрольно–кассовых аппаратов. Основные принципы выбора торгового оборудования.

Список литературы:

1. Бузукова Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. – СПб: Питер, 2007. – 176 с.
2. Ньюмэн Э. Розничная торговля: организация и управление / Э. Ньюмэн,
3. Силантьев А.В. Организация, технология и проектирование предприятий/ Учебное пособие. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2010 г. — 100 с.
4. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учеб. для вузов— М.:Дашков и К, 2007 — 504 с.

Раздел 4. Организация коммерческой деятельности

Тема 1. Сущность рынка: понятие рынка, основные законы рынка, элементы модели товарного рынка

Тема 2. Коммерческая деятельность: понятие, определения, цели, принципы организации, базис, основные задачи, функции коммерции (торговли). Системный подход в коммерческой деятельности. Понятие предпринимательства, торговли.

Тема 3. Виды торговли, их классификация, краткая характеристика.

Тема 4. Товар как предмет торговли: понятие товара, виды товаров, отличия и особенности услуг

Тема 5. Организация товародвижения: определения, сущность, основные процессы и принципы

Тема 6. Система хозяйственных связей: определение хоз связей, что должна обеспечить эффективная система.

Тема 7. Организация товарообеспечения в рыночных условиях: что означает эффективная закупка, как выбирают поставщика, определяют потребность в материальных ресурсах и товарах

Тема 8. Организация сбытовой деятельности: понятие сбыта, основные цели, задачи

Тема 9. Коммерческо-посреднические предприятия: виды предприятий, их характеристика и выполняемые функции, эффективность и причины использования

Тема 10. Классические формы торговых сделок: понятие сделки, договора, формы, виды сделок, способы заключения договоров, отличия и характеристики основных договоров в коммерции

Список литературы:

1. Агафонова М.Н. Оптовая и розничная торговля -М.: Бератор-Пресс, 2006
2. Брагин Л.А. Организация коммерческой деятельности- М.: Академия, 2009
3. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов ВУЗов — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. -596с
4. Памбухчиянц В.К. Организация, технология коммерческой деятельности. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011.

Раздел 5 Организация деятельности коммерческого предприятия

Тема 1 Основные понятия и содержание коммерческой деятельности.

- Предприятие и его транзакционные связи.
- Сферы предпринимательской деятельности.
- Условия, необходимые для эффективного функционирования предприятия в рыночной среде.

Тема 2. Нормирование материальных ресурсов как основа их рационального расходования.

- Нормирование расхода материальных ресурсов – подготовительный момент, обеспечивающий эффективное управление процессами товародвижения.
- Классификация материальных ресурсов, применяемых на предприятии.
- Понимание нормы расхода материальных ресурсов, ее основных элементов.
- Методика нормирования по видам ресурсов и по направлениям их использования.
- Вопросы нормирования использования машин и оборудования.

Тема 3 Реализация функции закупок.

- Основные задачи и типовые операции процесса закупок материальных ресурсов.
- Стратегия управления закупками материальных ресурсов на промышленной фирме.
- Изучение рынка сырья и материалов.
- Рациональные управленческие решения в процессе решения проблемы «покупать или производить».
- Разработка условий, форм и методов поставок материальных ресурсов и наиболее оптимальных объемов поставок.
- Оптимизация издержек в подсистеме снабжения предприятия.
- Правовые основы процесса закупок.

Тема 4 Планирование потребности производства в материальных ресурсах.

- Виды потребностей. Вопросы прогнозирования потребности в материальных ресурсах и оборудовании. Применение математического аппарата при прогнозировании потребности.
- процедура планирования потребностей по видам материальных ресурсов, по видам производств и по направлениям использования материалов.
- определение потребности производственных подразделений, система документального оформления выдачи и доставки ресурсов в производственные подразделения.

Тема 5 Содержание производственных процессов. Организация производственного процесса в пространстве и во времени.

- взаимоувязка разнообразия требований потребителей, многообразия вариантов продукции, многообразия вариантов применяемых материалов, деталей и способов изготовления с требованиями оптимизации затрат.
- понятие организации производственного процесса, принципы.
- цель и задачи производственных процессов.
- законы упорядочения производственных процессов во времени и в пространстве. Динамическое моделирование организации циклов производственного процесса.

Тема 6 Организация коммерческой деятельности в сбыте и распределении готовой продукции на предприятии **Планирование и организация процессов сбыта и распределения готовой продукции.**

- стратегическое планирование сбыта.
- управление качеством продукции.
- Цели управления заказами в сбыте.
- Составляющие и процедура цикла заказа.
- Оперативное планирование сбыта, выполнение заказов клиентов.
- Оценка качества сервиса.

Тема 7 Взаимоотношения предприятия с посредниками.

- подходы в решении задачи дистрибьюции и физического распределения готовой продукции.
- Посредники: «за» и «против» передачи функций предприятий третьим лицам. Аутсорсинг.
- Координация и интеграция действий посредников.

Тема 8 Общее понятие о складском хозяйстве предприятий.

- Функции и виды складов (складских площадок) предприятий. Оборудование промышленных складов.
- Основные управленческие решения в складировании.
- Использование принципов Парето и основанной на них методики ABC и XYZ при размещении товароматериальных запасов и при организации производственных процессов.
- Расчет затрат на складирование.
- Создание системы коммиссионирования, требования к ней и тенденции развития.

Тема 9 Сущность и задачи транспорта предприятия.

- основные задачи и структура транспортного хозяйства предприятия. Виды транспортных средств, используемых на предприятии.
- Расчет грузооборота и потребности в транспортных средствах, с учетом протяженности перемещений.
- Маршрутизация движения предметов труда в производственном процессе и готовой продукции.
- показатели работы транспортного хозяйства предприятия.

Тема 10 Информационная подсистема предприятия в организации коммерции.

- основные задачи информационного обеспечения коммерческого процесса на предприятии.
- вопросы построения информационных систем и применения информационно-компьютерных технологий.
- диспетчирование производственных процессов, оперативное управление складской и транспортной подсистемами.

Список литературы:

1. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: Организация и управление учебник Ростов н/Д : Феникс, 2009
2. Виноградова С. Н. Коммерческая деятельность учеб. для вузов Минск : Вышэйшая школа, 2008.
3. Инькова Н. А. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности учеб. пособие для вузов М. : ОМЕГА-Л, 2007.

4. Киселева Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения учеб. пособие для вузов М. : 2010

Раздел 6 Региональный товарный рынок

Тема 1. Предмет, методология, научные методы и задачи дисциплины.

Тема 2. Теоретические подходы к исследованию конъюнктуры товарных рынков.

Особенности современного периода экономического развития. Закономерности формирования товарных рынков и рыночной инфраструктуры. Подходы к исследованию конъюнктуры товарных рынков.

Контрольные вопросы по теме:

1. Особенности современных хозяйств.
2. Новые подходы к исследованию проблем формирования товарных рынков.
3. Подходы к исследованию конъюнктуры товарных рынков.

Тема 3. Понятия и структура товарного рынка.

Понятия товарного рынка с точки зрения концепции геомаркетинга, пространственного распределения товарных потоков, институциональной концепции, концепции внутриотраслевой и внутрифирменной торговли, воспроизводственного подхода, с точки зрения логистики, административно-территориального подхода.

Контрольные вопросы по теме:

1. Понятия товарного рынка исходя из существующих концепций.
2. В чем преимущества и недостатки в принятых понятиях рынка?

Тема 4. Условия и факторы функционирования и развития товарного рынка.

Условия формирования товарного рынка. Общие экономические факторы. Региональные факторы. Отраслевые факторы.

Контрольные вопросы по теме:

1. В чем заключаются условия формирования товарного рынка.
2. Общеэкономические факторы и их роль в функционировании и развитии товарного рынка.

3. Региональные факторы.
4. Отраслевые факторы.

Тема 5. Методы исследования конъюнктуры товарных рынков.

Существующие методы и показатели анализа, оценки состояния и прогнозирования товарного рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. Методы анализа товарного рынка.
2. Методы оценки состояния товарного рынка.
3. Методы прогнозирования товарного рынка.

Тема 6. Особенности формирования рынка средств производства.

Понятия и структура рынка средств производства. Особенности функционирования и развития регионального рынка средств производства в современных условиях.

Контрольные вопросы по теме:

1. Существующие понятия рынка средств производства.
2. Структура рынка средств производства.
3. В чем особенности функционирования и развития рынка средств производства?

Тема 7. Факторы, определяющие функционирование и развитие рынка средств производства.

Основные факторы функционирования и развития рынка средств производства. Хозяйствующие субъекты на рынке средств производства. Признаки рынков средств производства. Принципы организации рынков средств производства.

Контрольные вопросы по теме:

1. Факторы и их влияние на рынок средств производства.
2. Какие хозяйствующие субъекты формируют рынок средств производства?
3. Принципы организации рынков средств производства.

Тема 8. Методы исследования конъюнктуры товарных рынков.

Методы анализа, оценки и прогнозирования конъюнктуры товарных рынков.

Контрольные вопросы по теме:

1. Методы анализа.

2. Методы оценки.
3. Методы прогнозирования.

Тема 9. Инфраструктура рынка средств производства.

Понятия и структура рыночной инфраструктуры рынка средств производства. Взаимосвязь элементов рыночной инфраструктуры. Факторы развития инфраструктуры. Состав комплексной программы развития инфраструктуры товарных рынков.

Контрольные вопросы по теме:

1. Понятия инфраструктуры рынка средств производства.
2. Структура рыночной инфраструктуры.
3. Факторы развития инфраструктуры.
4. Основные блоки комплексной программы развития рыночной инфраструктуры.

Тема 10. Теоретические подходы и концепции потребительского рынка.

Понятия и структура потребительского рынка. Функции потребительского рынка в экономике. Теории и концепции потребительского рынка. Цель и задачи функционирования потребительского рынка. Основные направления, формы и методы организации рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. Понятие потребительского рынка.
2. Структура потребительского рынка.
3. Функции потребительского рынка.
4. Существующие теории и концепции.
5. Цель и задачи функционирования потребительского рынка в регионе.
6. Направления, формы и методы организации рынка.

Тема 11. Условия и факторы формирования потребительского рынка.

Условия, определяющие формирование и развитие потребительского рынка. Факторы и их влияние на потребительский рынок.

Контрольные вопросы по теме:

1. Условия, определяющие формирование и развитие потребительского рынка.
2. Социальные факторы.
3. Технологические факторы.
4. Экономические факторы.
5. Политические факторы.

Тема 12. Особенности функционирования и развития потребительского рынка.

Положительные и негативные особенности. Хозяйствующие субъекты потребительского рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. Положительные особенности в функционировании и развитии потребительского рынка.
2. Негативные особенности.
3. Институциональная структура потребительского рынка.
4. Формы собственности сферы обращения потребительских товаров.

Тема 13. Методы исследования конъюнктуры потребительского рынка.

Проблемы в функционировании потребительского рынка. Методы анализа, оценки и прогнозирования конъюнктуры потребительского рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. Проблемы в функционировании потребительского рынка. Чем они обусловлены?
2. Методы анализа.
3. Методы оценки.
4. Методы прогнозирования.

Тема 14. Рынок продовольствия в структуре товарного рынка.

Понятия, структура рынка продовольствия. Особенности функционирования рынка. Факторы, определяющие функционирование и развитие рынка продовольствия. Инфраструктура рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. Понятие рынка продовольствия.
2. Структура рынка продовольствия.
3. В чем особенности функционирования и развития рынка продовольствия?
4. Экономические факторы и их роль в функционировании и развитии рынка продовольствия.
5. Научно-технические факторы.
6. Социальные факторы.
7. Природно-климатические факторы.
8. Основные элементы инфраструктуры рынка.

Тема 15. Проблемы и направления развития рынка продовольствия.

Проблемы в функционировании рынка продовольствия. Направления, цели и задачи развития рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. Основные проблемы в функционировании рынка. Чем они обусловлены?
2. Направления, цели и задачи развития рынка продовольствия.

Тема 16. Особенности и факторы функционирования и развития рынка непродовольственных товаров.

Особенности функционирования рынка непродовольственных товаров в современных условиях. Факторы, определяющие функционирование и развитие рынка. Инфраструктура рынка.

Контрольные вопросы по теме:

1. В чем заключаются особенности функционирования рынка непродовольственных товаров?
2. Факторы и их роль в функционировании и развитии рынка.
3. Основные элементы инфраструктуры рынка.

Тема 17. Проблемы и направления развития рынка непродовольственных товаров.

Контрольные вопросы по теме:

1. Основные проблемы в функционировании рынка. Чем они обусловлены?
2. Направления, цели и задачи развития рынка непродовольственных товаров.

Тема 18. Рыночная инфраструктура рынка товаров и услуг.

Понятия и структура рыночной инфраструктуры. Особенности в условиях рыночных реформ. Проблемы и направления развития.

Контрольные вопросы по теме:

1. Понятия рыночной инфраструктуры.
2. Структура рыночной инфраструктуры.
3. В чем особенности инфраструктуры рынка товаров и услуг?
4. Проблемы и направления развития рыночной инфраструктуры.

Список литературы:

1. Винокуров М.А., Суходолов А.П. Экономика Иркутской области. Иркутск, ч. 1–6. – Иркутск: Изд. ИГЭА, 1998-2010.
2. Видяпин В.И., Степанов М.В. Региональная экономика: Учебник. – М.: ИНФА – М, 2009.
3. Кистанов В.В. Региональная экономика России: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2010.

Составители: д.э.н. профессор Колодин В.С., д.э.н. профессор Бураков В.И., д.э.н. профессор Новикова Н.Г., к.э.н., доцент О.П. Дюнина, к.э.н., доцент Федотов А.Н., к.э.н., доцент Шемякина Л.В., к.э.н., доцент Силантьев А.В., к.э.н., доцент С.Г. Холмовский, ст. преподаватель Шепина С.В.

Издается в авторской редакции
Технический редактор Н.А. Князева

ИД №

Подписано в печать 00.00.00. Формат 60х90 1/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная. Усл.печ.л. _____. Тираж _____ экз. Заказ _____.

Издательство Байкальского государственного университета
экономики и права.

664003, Иркутск, ул. Ленина, 11.

Отпечатано в ИПО БГУЭП.