

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

В.И.Шимов

«5» *марта* 2010

Регистрационный № УД *4.32-1016* вв.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ПРОИЗВОДСТВА

Учебная программа
для специальности 1-31 03 06 «Экономическая кибернетика»

2010

СОСТАВИТЕЛЬ: Сасвец А.Н., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Заведующий кафедрой логистики Учреждения образования федерации профсоюзов Беларуси «Международный институт трудовых и социальных отношений», доцент Фрищин Б.В.

Доцент кафедры логистики и ценовой политики Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент Цыганков А.А.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 28.01.2010)

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет». (протокол № 3 от 17.02.2010)

Ответственный за выпуск: Сасвец А. Н.

1. Пояснительная записка

В условиях развития рыночных отношений большое значение приобретают вопросы, связанные с развитием рынка и их учет в деятельности всех субъектов хозяйствования. Эти вопросы приобретают особое значение на рынке средств производства, где функционируют производители продукции производственно-технического назначения, посредники и потребители.

Настоящая программа разработана в соответствии со стандартом высшего образования по специальности «Экономическая кибернетика» и охватывает коммерческую деятельность на макро- и микроуровне, что обеспечивает комплексный подход при изучении вопроса. Цель дисциплины – вооружить слушателей знанием теории и практики планирования, организации и управления процессом коммерческой деятельности на производственных предприятиях в условиях рыночных отношениях.

В результате изучения курса студенты должны:

- ◆ **знать:**
 - Роль и содержание коммерческой деятельности на рынке средств производства;
 - Основные понятия, применяемые в практике управления коммерческой деятельностью;
 - Варианты построения организационной структуры коммерческих служб производственных предприятий;
 - Содержание, порядок и методику разработки плана МТС и сбыта;
 - Методики определения потребности в материальных ресурсах;
 - Содержание работы по планированию и организации закупок материальных ресурсов;
 - Методы оценки и выбора поставщиков;
 - Методики нормирования производственных и сбытовых запасов.
- ◆ **уметь:**
 - Выбирать тип организационной структуры коммерческих служб для конкретной ситуации;
 - Планировать закупки материальных ресурсов и сбыт готовой продукции;
 - Оценивать и выбирать поставщиков;
 - Формировать запасы и управлять ими;
 - Составлять оперативные планы по закупкам материальных ресурсов и сбыту готовой продукции.
- ◆ **иметь навыки:**
 - Определения потребности предприятия в материальных ресурсах;
 - Заключение договоров с поставщиками и покупателями;
 - Нормирования производственных и сбытовых запасов.

Примерный тематический план
дисциплины «Коммерческая деятельность на рынке средств производства»

Наименование темы	Всего	В том числе	
		Лекции	Практические занятия
1	2	3	4
Раздел I. Сущность и особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства			
1. Значение и содержание коммерческой деятельности на рынке средств производства	1	1	
2. Особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства	2	1	1
3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности	3	2	1
4. Формы торговли средствами производства	6	4	2
5. Оптовые посредники, их типы, задачи и функции	2	2	
Раздел II. Закупочная деятельность промышленного предприятия			
6. Сущность материально-технического снабжения	2	2	
7. Организационная структура службы снабжения материально-технического снабжения (закупок)	3	2	1
8. План материально-технического снабжения предприятия	3	2	1
9. Расчет потребности предприятия в материальных ресурсах	10	4	6
10. Планирование производственных запасов	8	4	4
11. Планирование закупок	4	2	2
12. Оперативная работа по закупкам материальных ресурсов	2	2	
13. Обеспечение цехов и других подразделений предприятия материальными ресурсами	2	2	
Раздел III. Сбытовая деятельность производственных предприятий			
14. Сбытовая деятельность в системе маркетинга на предприятии	2	2	
15. Организационная структура сбытовой службы предприятия	3	2	1
16. Планирование сбыта продукции предприятия	3	2	1
17. Нормирование сбытовых запасов	4	2	2
18. Формирование портфеля заказов и заключение договоров с покупателями	2		
19. Оперативная работа по сбыту продукции	2	2	
Всего часов	64	42	22

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сущность и особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства

Тема 1. Значение и содержание коммерческой деятельности на рынке средств производства.

Понятие коммерческой деятельности. Содержание коммерческой работы и тенденции ее развития. Задачи коммерческой деятельности на современном этапе.

Субъекты коммерческой деятельности. Торговые предприятия и их роль в коммерческой деятельности на рынке средств производства. Коммерческая деятельность производственных предприятий. Общая характеристика коммерческой службы производственного предприятия.

Влияние коммерческой деятельности на экономику предприятий. Ключевые факторы коммерческого успеха. Коммерческий риск и способы его уменьшения.

Использование принципов маркетинга и логистики в коммерческой деятельности. Необходимость оптимизации коммерческой деятельности. Основные направления использования экономико-математических методов и моделей в коммерческой деятельности.

Предмет, метод и задачи курса.

Тема 2. Особенности коммерческой деятельности на рынке средств производства.

Понятие рынка средств производства и его общая характеристика. Субъекты рынка средств производства. Основные отличия рынка средств производства от рынка товаров народного потребления.

Классификация производителей. Конкуренция и сотрудничество в промышленной среде. Формы конкурентной борьбы между субъектами промышленных рынков. Источники информации о конкурентах. Формы сотрудничества с конкурентами.

Покупатели средств производства и услуг промышленного характера, их классификация. Особенности поведения покупателей средств производства, их отличие от покупателей потребительских товаров.

Изучение спроса на продукцию производственно-технического назначения. Сегментация покупателей как основа успешного изучения спроса на товары и услуги промышленного назначения, критерии сегментации. Факторы, определяющие спрос на продукцию производственно-технического назначения. Использование данных статистической отчетности предприятий для выявления тенденций в потреблении средств производства. Необходимость изучения нормативной базы, регулирующей расход материальных ресурсов на

предприятиях. Особенности проведения опроса покупателей товаров и услуг промышленного назначения.

Тема 3. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

Содержание и значение информации для коммерческой деятельности. Виды коммерческой информации. Информация о покупателях и продавцах. Информация о товарах и ценах на них. Информация о конъюнктуре рынка.

Классификация коммерческой информации: по источникам возникновения, по направлению движения, по стабильности движения, по степени преобразования в управляющей системе, по значимости управленческих решений, по степени доступности, по способу фиксации, по степени определенности, по времени возникновения, по способу представления.

Маркетинговая классификация средств производства. Признаки классификации. Характеристика основных классификационных группировок средств производства. Классификация по методу ABC и XYZ. Классификаторы продукции: международные, общегосударственные, отраслевые, предприятий и организаций. Каталоги, проспекты, прайс-листы, рекламные материалы, базы данных, статистическая отчетность, справочники, периодические издания и другие источники информации о товарах.

Организация информационного обеспечения предприятий коммерческой информацией. Коммерческая тайна и способы ее защиты.

Тема 4. Формы торговли средствами производства.

Общая характеристика форм торговли средствами производства. Государственное регулирование торговли средствами производства.

Прямые хозяйственные связи между производителями и потребителями и их место в обращении средств производства. Кооперированные поставки.

Торговля с баз и складов оптовых организаций.

Ярмарочная и выставочная торговля.

Аукционная торговля. Виды аукционов. Конкурсы.

Тендерные торги.

Биржевая торговля.

Комиссионная торговля.

Встречная торговля и ее виды.

Лизинг и сферы его применения.

Франчайзинг.

Электронная торговля.

Тема 5. Оптовые посредники, их типы, задачи и функции.

Классификация оптовых посредников.

Оптовые организации, их задачи и функции. Оптовики с полным циклом обслуживания, оптовики с ограниченным циклом обслуживания. Специализированные и универсальные оптовые организации. Общая характеристика оптовых организаций Республики Беларусь. Организация и планирование работы оптовых организаций.

Оптовые конторы производителей и покупателей: сбытовые конторы и отделения, закупочные конторы.

Оптовые ярмарки. Классификация ярмарок: по продолжительности функционирования, масштабу деятельности, ассортиментному признаку, целям.

Выставки, органы управления выставками, их функции.

Оптовые рынки, их задачи и функции.

Товарные биржи. Роль бирж в рыночной экономике. Органы управления товарными биржами. Организация торговых операций на бирже. Виды биржевых сделок, их регистрация и оформление. Техника проведения биржевых операций.

Брокеры, брокерские конторы, их задачи и функции.

Агенты по сбыту и закупкам продукции. Статус агентов, их функции.

Торговые дома. Основные функции торговых домов.

Ликьюны и конкурсы. Виды аукционов. Организация и техника аукционной торговли. Организация и проведение конкурсов по продаже товаров.

Лизинговые компании, их задачи и функции. Порядок осуществления лизинговых операций.

Раздел II. Закупочная деятельность промышленного предприятия

Тема 6. Сущность материально-технического снабжения.

Понятие материально-технического снабжения (МТС).

Место МТС в производственно-коммерческой деятельности предприятия. Интеграция МТС с производственной, конструкторской и исследовательской, маркетинговой, сбытовой и финансовой сферами деятельности предприятия.

Цели МТС. Оперативные и стратегические функции МТС. Классические функции МТС: планирование, организация, контроль и анализ закупок, организация складского хозяйства и управление производственными запасами, контроль за рациональным использованием материальных ресурсов.

Современные особенности и проблемные области деятельности по закупкам материальных ресурсов.

Тема 7. Организационная структура службы материально-технического снабжения (закупок).

Общая характеристика служб материально-технического снабжения предприятий. Отдел материально-технического снабжения, отдел закупок, отдел внешней кооперации и комплектации: их задачи, функции. Роль внешнеторговых подразделений в материально-техническом обеспечении предприятий.

Внешние и внутренние факторы, определяющие формы организации материально-технического обеспечения, состав и структуру служб МТС.

Внутренняя специализация служб МТС по товарному (материальному), функциональному и смешанному признакам, по рынкам закупок и группам поставщиков.

Взаимосвязи служб материально-технического снабжения с финансовой, сбытовой, маркетинговой, юридической, техническими, планово-экономическими подразделениями предприятия, бухгалтерией, производственными цехами.

Анализ и проектирование организационной структуры служб материально-технического обеспечения предприятия. Использование экономико-математических методов для установления оптимальной численности работников служб снабжения.

Тема 8. План материально-технического снабжения предприятия.

План материально-технического снабжения предприятия, как составная часть плана работы предприятия.

Показатели плана МТС; их общая характеристика.

Порядок разработки плана МТС на предприятии.

Баланс МТС предприятия, расходная и ресурсная части, их взаимная увязка.

Планирование остатков на начало планового периода и переходящих запасов.

Составление плана мобилизации внутренних ресурсов предприятия.

Определение объема закупки материальных ресурсов.

Тема 9. Расчет потребности предприятия в материальных ресурсах.

Основные направления потребления материальных ресурсов на предприятии.

Характеристика методов определения потребности и критерии их выбора.

Методы планирования потребности в материальных ресурсах, ориентированные на производственную программу.

Метод прямого счета и его разновидности. Подетальный метод определения потребности в материалах. Произдельный метод. Расчет потребности на основе норм расхода на аналогичные изделия. Метод расчета потребности в материалах на основе типового представителя. Метод динамических коэффициентов.

Особенности применения метода прямого счета в химическом, литейном производствах, пищевой промышленности.

Расчет потребности в материалах на создание и увеличение незавершенного производства.

Особенности расчета потребности в топливе, учет теплотворной способности различных видов топлива.

Расчет потребности в материалах на ремонтно-эксплуатационные нужды и капитальное строительство. Методика расчета потребности на основе физических объемов ремонтных и строительных работ. Использование условных ремонтных единиц и стоимостных показателей в расчетах потребности.

Методика расчета потребности в инструменте.

Методы планирования (прогнозирования) потребности в материальных ресурсах, ориентированные на их потребление в прошлом. Информационное обеспечение расчетов.

Анализ факторов потребления материалов (объемов производства, сбыта готовой продукции, прибыли, цен на материалы и др.) и построение регрессионной модели потребления. Прогноз потребления на основе регрессионной модели.

Оптимизация потребления материальных ресурсов. Использование методов линейного программирования для расчетов оптимальных объемов потребления материальных ресурсов. Матричная модель и ее применение для взаимоувязанного планирования потребности в материальных ресурсах.

Тема 10. Планирование производственных запасов.

Сущность производственных запасов, их функции и классификация. Производственные запасы как составная часть оборотных средств предприятия.

Факторы, влияющие, на величину запасов. Взаимосвязь объемов потребления, партий и периодичности поставок с величиной запасов. Необходимость взаимоувязанного планирования потребления, закупок и производственных запасов.

Деление производственного запаса на текущую, страховую и подготовительную части как предпосылка его точного нормирования.

Понятие «норма (плановая величина) запаса». Минимальная, максимальная и средняя нормы производственных запасов, область их применения в управлении материально-техническим обеспечением предприятия.

Опытно-статистические методы нормирования производственных запасов. Методика нормирования текущего производственного запаса.

Методика нормирования страхового запаса.

Методика нормирования подготовительного запаса.

Особенности нормирования сезонных производственных запасов.

Методы оптимизации производственных запасов. Модель Уилсона и ее применение в практике оптимизации запасов. Расчет оптимального

многопродуктового запаса. Имитационное моделирование производственных запасов.

Тема 11. Планирование закупок.

Этапы планирования закупок. Необходимость использования принципов маркетинга в закупочной деятельности предприятия.

Задачи маркетинга закупок как начало этапа их планирования: маркетинговые исследования, формирование политики закупок, выбор поставщиков.

Формирование политики программы закупок и определение качественной структуры программы. Использование новых заменителей и альтернативных субститутов потребляемых материальных ресурсов, мероприятия по выведению из программы закупок устаревших материалов. Взаимодействие служб МТС с конструкторскими, исследовательскими, технологическими подразделениями предприятия.

Формирование ценовой политики закупок: изучение цен и их эластичность в зависимости от объемов закупок и рынков, условий взаиморасчетов, возможности встречных поставок.

Выбор формы поставок. Транзитная и складская формы поставок, их преимущества и недостатки с позиций потребителя. Анализ затрат при различных формах поставок. Методика выбора формы поставки.

Критерии выбора поставщиков. Методика количественной оценки потенциальных поставщиков.

Работа с потенциальными поставщиками, установление с ними контактов и проведение переговоров.

Составление заказов на материальные ресурсы. Оптимизация заказов. Порядок размещения заказов на материальные ресурсы.

Коммерческая работа при заключении договоров с поставщиками. Согласование ассортимента материальных ресурсов, требований к качеству, объемов закупок, размеров партий и сроков поставок, цен, наценок, скидок и порядка расчетов за поставляемую продукцию.

Разработка оперативно-календарных планов закупок. Определение оптимальных партий и сроков закупки материальных ресурсов. Имитационное моделирование закупок.

Тема 12. Оперативная работа по закупкам материальных ресурсов.

Содержание оперативной работы по осуществлению закупок материальных ресурсов и ее значение.

Организация завоза материальных ресурсов на предприятие. Контроль за ходом отгрузки продукции поставщиками и ее транспортировкой. Таможенное оформление грузов, поступающих по внешнеэкономическим контрактам.

Организация приемки и хранения материалов на предприятии. Учет наличия, поступления и отпуска материальных ресурсов.

Контроль и оперативное регулирование производственных запасов. Особенности контроля и оперативного регулирования запасов групп А, В и С. Оперативное регулирование запасов по системе «максимум-минимум». Выявление, ликвидация и предупреждение дефицитных ситуаций. Сверхнормативные и неиспользуемые производственные запасы, причины образования и возможности снижения.

Специальные системы оперативно-календарного планирования закупок и регулирования запасов: «канбан», «точно вовремя» и др.

Тема 13. Обеспечение цехов и других подразделений предприятия материальными ресурсами.

Содержание работы по обеспечению производственных и непроизводственных подразделений предприятия материальными ресурсами.

Методика расчета лимитов цехам и другим подразделениям на материальные ресурсы.

Подготовка материалов к производственному потреблению. Применение методов линейного программирования для оптимизации раскроя и нарезки листовых, рулонных и длинномерных материалов.

Организация доставки материальных ресурсов на рабочие места. Активный и пассивный способы питания цехов материалами. Разработка оптимальных схем доставки материальных ресурсов на рабочие места.

Документальное оформление отпуска материальных ресурсов подразделениям предприятия. Порядок получения материалов по разовым требованиям, лимитным картам, групповым лимитным ведомостям, план-картам и другим документам.

Раздел III. Сбытовая деятельность производственных предприятий

Тема 14. Сбытовая деятельность в системе маркетинга на предприятии.

Понятие сбыта. Содержание сбытовой деятельности и ее место в комплексе маркетинга. Активизация сбытовой деятельности в условиях применения концепции маркетинга.

Цели и задачи сбытовой деятельности. Функции сбыта.

Влияние сбыта на экономику предприятия.

Тема 15. Организационная структура сбытовой службы предприятия.

Служба сбыта как составная часть коммерческой службы предприятия.

Внешние и внутренние факторы, определяющие формы организации сбытовой деятельности, состав и структуру службы сбыта на предприятии.

Типы организационной структуры службы сбыта. Функциональная структура. Товарная структура. Смешанная структура. Достоинства и недостатки. Условия применения.

Взаимосвязь службы сбыта с другими подразделениями предприятия и внешней средой. Состав работников служб сбыта.

Служба сбыта и служба маркетинга, их взаимосвязь и разграничение сфер деятельности.

Отдел сбыта, выполняющий маркетинговые функции. Параллельное функционирование отдела сбыта и отдела маркетинга.

Тема 16. Планирование сбыта продукции предприятия.

План сбыта продукции как составная часть плана работы предприятия. Общая характеристика плана сбыта готовой продукции и его показателей. Балансовая увязка показателей плана сбыта.

Методика планирования объема поставок продукции. Использование результатов маркетинговых исследований и анализа объемов производства и сбыта продукции в прошлом периоде для разработки планов сбыта на будущий период. Прогнозирование объема поставок продукции.

Планирование объема потребления готовой продукции на собственные нужды.

Планирование переходящих запасов готовой продукции на складах предприятия.

Расчет ожидаемых остатков готовой продукции на складах предприятия на начало планового периода.

Определение необходимого объема производства продукции для удовлетворения запросов покупателей.

Планирование реализации продукции. Использование показателей плана сбыта продукции при разработке плана реализации. Расчет нормативной величины запасов товаров отгруженных, но не оплаченных покупателями. Планирование ожидаемых остатков товаров отгруженных на начало планового периода.

Тема 17. Нормирование сбытовых запасов.

Сущность сбытовых запасов и их функции. Классификация сбытовых запасов.

Факторы, определяющие величину сбытовых запасов.

Методика расчета текущего сбытового запаса.

Методика расчета страхового запаса готовой продукции на складах предприятия.

Методика расчета подготовительного сбытового запаса.

Определение общей величины сбытового запаса. Оптимизация сбытовых запасов.

Тема 18. Формирование портфеля заказов и заключение договоров с покупателями.

Понятие «портфель заказов» и его составляющие. Портфель заказов как основа для конкретизации производственной программы и плана сбыта продукции предприятия.

Особенности формирования портфеля заказов в условиях Беларуси. Анализ портфеля заказов отчетного и текущего периодов.

Порядок приемки заказов от покупателей. Форма заказов и сроки их представления. Обратная связь с покупателями. Информирование заказчиков о порядке приемки заказов на плановый период.

Разработка системы приоритетов, применяемых при приемке заказов от покупателей. Определение существующих ограничений на поставку продукции. Размещение государственных заказов. Прямые заказы потребителей и порядок их приемки: систематизация, анализ, установление соответствия заказа производственному профилю предприятия, расчет коммерческой выгоды принимаемого заказа. Увязки формируемого портфеля заказов с производственными, финансовыми, ресурсными возможностями предприятия.

Особенности размещения заказов от оптовых фирм-посредников.

Размещение заказов зарубежных покупателей.

Оптимизация портфеля заказов. Методы оптимизации.

Загрузка производства заказами, размещение заказов по производственным подразделениям предприятия. Оптимизация загрузки производства.

Заключение договоров с покупателями. Структура и содержание договора поставки. Методика разработки отдельных разделов договора поставки. Особенности заключения международных контрактов.

Тема 19. Оперативная работа по сбыту продукции.

Содержание оперативной работы по сбыту продукции и ее значение.

Планирование ассортиментной поставки продукции. Виды планов ассортиментной поставки.

Контроль выполнения заказов цехами. Приемка готовой продукции от цехов.

Организация складирования готовой продукции. Контроль и регулирование запасов готовой продукции на складах.

Подготовка продукции к отправке покупателям: сортировка, упаковка, комплектование партий отправок. Предпродажный сервис.

Организация отгрузки и отпуска продукции покупателям (потребителям). Документальное сопровождение отгрузки.

Контроль хода поставки продукции по рынкам, покупателям, каналам сбыта, номенклатуре продукции.

Организация работы фирменных магазинов.

Литература

Основная:

1. Виноградова С. Н. Коммерческая деятельность. – Мн.: Высшая школа, 2005.
2. Материально-техническое снабжение: Учебное пособие./ Под ред. Л. М. Михневича. – Мн.: БГЭУ, 2002.
3. Байбардина Т. П., Байбардин И. А., Гриценко И. И., Старавойтова Л. И. Снабженческо-сбытовая деятельность. – Мн.: ЗАО «Техноперспектива», 2004.
4. Искра С. Ю. Коммерческая деятельность предприятия: Учебно-методическое пособие/ С. Ю. Искра. – Мн.: МГЭМ; 2004.

Дополнительная:

5. Вабищевич С. С. Правовое регулирование коммерческой деятельности. Мн.: «Высшая школа», 2004.
6. Дашков Л. П., Памбухчиани В. К. Коммерция и технология торговли. Мн., 2006.
7. Даненбург В., Мокриф В. Основы оптовой торговли: Практический курс. – Санкт-Петербург: «Нева-Ладога-Онега».
8. Пацкратов Ф. Ч., Серёгина Т. К. Коммерческая деятельность. – М., 2000.
9. Управление закупками на предприятии: Практикум/ О. И. Карпеко [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2008.
10. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. – Мн.: МТ-Пресс, 2001.
11. Пратасея В. С. Управление сбытом на предприятии: Практикум. – Мн.: БГЭУ, 2010.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
 Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
 Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>