**Вопросы к экзамену по учебной дисциплине**

**«Коммерческая деятельность»**

1. Понятие и цель коммерческой деятельности, ее принципы и функции. Основные направления коммерческой деятельности.
2. Понятие коммерческой информации, источники ее получения. Виды коммерческой информации. Коммерческая тайна.
3. Понятие коммерческой сделки. Виды сделок, совершаемых в коммерческой деятельности организаций, этапы их проведения.
4. Понятие хозяйственного договора. Порядок заключения и исполнения договора. Виды хозяйственных договоров, используемых в коммерческой деятельности торговых организаций.
5. Виды покупательского спроса. Методы изучения разных видов спроса.
6. Содержание процесса оптовой закупки товаров. Источники закупок и поставок товаров.
7. Понятие ассортимента и номенклатуры товаров. Товарный ассортимент и его классификация.
8. Свойства и показатели ассортимента товара.
9. Ассортиментная политика торговой организации. Порядок (этапы) разработки ассортиментной политики организации.
10. Сущность, цели и задачи формирования ассортимента товаров. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров.
11. Формирование ассортимента товаров в организациях розничной торговли. Особенности формирования ассортимента в торговых объектах различных типов и специализаций.
12. Основные направления формирования товарного ассортимента.
13. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам.
14. Особенности формирования ассортимента товаров в организациях оптовой торговли.
15. Управление ассортиментом товаров в организациях торговли: понятие, сущность, цель. Эволюция подходов к управлению ассортиментом товаров.
16. Система управления ассортиментом товаров. Планирование и анализ ассортимента в организациях торговли.
17. Перечни товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте: понятие, порядок разработки и утверждения, контроль за соблюдением.
18. Управление товарными запасами: значение, основные элементы и их характеристика.
19. Категорийный менеджмент, его использование в деятельности торговых организаций.
20. Понятие ассортиментной матрицы и этапы ее построения. Создание товарного классификатора.
21. Сущность оптовой продажи товаров и ее операции.
22. Планирование оптовых продаж.
23. Типы посредников и их характеристика.
24. Виды договоров, заключаемых с посредниками.
25. Формы оптовой продажи товаров.
26. Методы продажи товаров со складов оптовых организаций.
27. Организация учета и контроля за выполнением договоров с оптовыми покупателями товаров.
28. Услуги, оказываемые оптовым покупателям.
29. Коммерческое предложение в оптовой торговле: виды, порядок составления.
30. Понятие, сущность и роль торговой рекламы в коммерческой дея­тельности. Задачи, цели, функции рекламы.
31. Правовое регулиро­вание рекламной деятельности в Республике Беларусь.
32. Классификация видов и средств рекламы.
33. Характеристика видов и средств рекламы и информации, используемых организациями торговли.
34. Понятие витрины и их виды. Требования к ним.
35. Устройство и оборудование витрин. Процесс и правила их оформления.
36. Организация рекламно-информационной деятельности в организациях торговли.
37. Понятия рекламной акции, мероприятия, кампании. Виды рекламных кампаний.
38. Планирование рекламных мероприятий организации: требования к медиаплану, порядок его разработки, содержание. Корпоративный план рекламы.
39. Планы проведения рекламных игр.
40. Службы, занимающиеся производством и распространением рекламных материалов и организация работы с ними.
41. Система договорных отношений в рекламной деятельности.
42. Эффективность рекламы.
43. Стимулирование продаж. Виды стимулирования продаж.
44. Сущность, содержание и особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций.
45. Особенности организации экспортно-импортных операций в коммерческих службах предприятий.
46. Способы установления делового партнерства для совершения внешнеторговой сделки.
47. Понятие коммерческого предложения. Оферта. Твердая оферта. Свободная оферта. Запрос на товар. Заказ.
48. Определение экспортного потенциала предприятия.
49. Техника оформления внешнеторговых операций.
50. Организация таможенных операций.
51. Порядок таможенного оформления грузов.
52. Международные торговые правила ИНКОТЕРМС.
53. Организационная структура управления коммерческой деятельностью производителя.
54. Основные элементы текущего планирования коммерческой деятельности производителя.
55. Коммерческая деятельность по сбыту продукции на предприятии.
56. Планирование сбыта товара. Каналы сбыта. Портфель заказов.
57. Понятие, сущность и содержание закупочной деятельности производителя.
58. Методы и формы закупок товаров/сырья.
59. Разработка плана закупок.
60. Методы определения потребности в материальных ресурсах.
61. Требования к упаковке и маркировке при отгрузке товаров.
62. Стимулирование сбыта. Организация сервиса на предприятии.
63. Цели и задачи анализа коммерческой деятельности организации.
64. Факторы коммерческого успеха торговых организаций.
65. Требования к проведению анализа коммерческой деятельности.
66. Система показателей, характеризующих коммерческую деятельность.
67. Методы и этапы анализа результатов коммерческой деятельности.
68. Использование результатов анализа и оценки коммерческой деятельности для разработки путей повышения ее эффективности.