

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и
проведению практических (семинарских) занятий
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основы предпринимательства

(наименование дисциплины (модуля))

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Форма обучения	очная

Раздел 1. Основы предпринимательства
Тема 1.1 Отраслевые особенности и функции торгового предпринимательства
Лекция 1.

1.	Тема занятия	Торговое предпринимательство, его социально-экономическое значение и функции.
2.	Содержание темы	Значение терминов «торговое предпринимательство», «торговый бизнес», «коммерческая деятельность», «торговое дело». Ретроспектива торгового предпринимательства. Социально-экономическое значение и задачи развития предпринимательства в сфере торговли. Отраслевые особенности предпринимательской деятельности. Основные функции и принципы торгового предпринимательства.
3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся ответить на следующие вопросы: - обосновать задачи развития предпринимательства в сфере торговли; - назвать основные функции торгового предпринимательства и особенности из реализации в современных условиях.
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить доклад по теме: «Особенности развития торгового предпринимательства в России в современных условиях».

Практическое занятие 1.

1.	Тема занятия	Аналитический обзор с использованием программных продуктов «Зарождение и развитие предпринимательства в России и в мире»
2.	Содержание темы	История возникновения и развития предпринимательства за рубежом. Появление предпринимательства в России. Основные тенденции развития предпринимательства в РФ на современном этапе.
3.	Типы оценочных мероприятий	Тесты: 1. Когда в России появились первые мануфактуры: а) в XVII в.; б) в первой половине XVIII в.; в) в конце XVIII в.; г) в начале XIX в.? 2. Какой труд преобладал на мануфактурах эпохи Петра I: а) наемный; б) городских низов;

- в) крепостных;
г) беглых и каторжников?
3. Отметьте буржуазные черты реформы 1861 г.:
- а) личное освобождение крестьян;
б) перевод крестьян на денежный выкуп за землю, что способствовало развитию товарно-денежных отношений и частному предпринимательству;
в) свобода занятий торговлей;
г) все ответы верны.
4. Наиболее крупными синдикатами в России в начале XX в. были:
- а) «Продамет» и «Продуголь»;
б) «Кровля» и «Медь»;
в) «Прод вагон» и «Прод паровоз»;
г) верно все;
д) верны ответы «а» и «б».
5. Сословием в России считали:
- а) офицерство;
б) купечество;
в) чиновников;
г) кулачество;
д) все ответы верны.
6. Кулаками в начале XX в. называли:
- а) крестьян-торговцев;
б) всех крепких хозяев;
в) хозяев, имеющих наемных рабочих и занимающихся торгово-ростовщической деятельностью;
г) хозяев, имеющих не менее четырех лошадей и четырех коров.
7. Первые металлургические заводы в России принадлежали:
- а) казне;
б) купцам и помещикам;
в) иностранцам;
г) царской семье;
д) купцам Строгановым.
8. Наибольшее число текстильных мануфактур в XVIII в. возникло:
- а) в Иваново-Вознесенске;
б) в Москве;
в) в Нижнем-Новгороде;

- г) в Орехово-Зуеве;
д) в Костроме.
9. К началу 1980-х гг. российские железные дороги находились:
- а) в основном в частном владении;
б) в долевом казенном и частном владении;
в) у иностранных владельцев и казны;
г) у частных российских и иностранных владельцев;
д) в долевом владении казны, частных и иностранных владельцев.
10. Вышедшие из общины крестьяне в систему рыночных отношений включались:
- а) через торгово-посреднические фирмы;
б) банки;
в) кооперативные союзы;
г) земские учреждения.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение и раскройте содержание понятия «предпринимательство».
2. Основные исторические этапы развития предпринимательства в России.
3. Особенности зарождения и становления российского предпринимательства XI–XV вв.
4. Развитие предпринимательства в России в XVII–XVIII вв.
5. Предпринимательство и развитие промышленности в XVIII в.
6. Развитие государственного предпринимательства в России.
7. Роль предпринимательства в развитии экономики России в XVII–XIX вв.
8. Зарождение и становление торгового предпринимательства.
9. Особенности производственного предпринимательства в России XVIII–XIX вв.
10. Роль купечества в развитии экономики России XV–XVIII вв.
11. Проблемы развития взаимоотношений государства и предпринимательства в России.
12. Роль предпринимательства в развитии капиталистических отношений в России XVIII–XIX вв.
13. Дайте характеристику наиболее известным российским предпринимателям до начала XX века. (По выбору).
14. Развитие новых форм предпринимательства в России XIX в.
15. Возникновение и роль монополистических объединений предпринимателей.
16. Предприниматели как новая социальная группа. Первые объединения предпринимателей.
17. Роль международных связей России в развитии предпринимательства XVIII–XIX вв.
18. Помещичье предпринимательство. Назовите наиболее известных представителей.
19. Крестьянское предпринимательство. Назовите наиболее известных представителей.
20. Роль церкви в становлении российского предпринимательства.
21. Причины сохранения частного предпринимательства в первые годы

		<p>Советской власти. НЭП.</p> <p>22. Кооперативное предпринимательство в СССР. Его место и роль в экономике страны.</p> <p>23. Этапы возрождения и развития предпринимательства в России в конце 80-хначале 90-хгг. XX в.</p> <p>24. Роль мелкого и среднего предпринимательства для экономики современной России.</p>
4.	Задания для самостоятельного выполнения	<p>Темы рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Торговые связи Древней Руси с Византией. 2. Старообрядческое предпринимательство в России (другие конфессии). 3. Иностраный капитал в России. 4. История товарных бирж в России. 5. Российская кооперация: опыт истории. 6. Проблема «ресурсного проклятия» в экономической истории.

Лекция 2.

1	Тема занятия	Нормативно-правовое регулирование торгового предпринимательства.
2	Содержание темы	Правовое регулирование отношений в сфере торговли. Механизм и методы государственного регулирования торгового предпринимательства. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. Государственное регулирование торговой деятельности, интернет- торговли, регулирование алкогольного, табачного рынков, регулирование качества продукции, контрольно- кассовых операций, органической продукции. Таможенное регулирование.
3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся ответить на следующие вопросы: - государственное регулирование интернет- торговли; - государственное регулирование качества продукции.
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Темы докладов: 1. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в эпоху петровских преобразований. 2. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в 18 веке. 3. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в 19 веке. 4. Хозяйственная деятельность в России в годы НЭПа. 5. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России в 1990-х гг.

Практическое занятие 2.

1	Тема занятия	Антимонопольные правила для хозяйствующих субъектов.
2	Содержание темы	Изучение и анализ антимонопольных правил для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность. Изучение и анализ антимонопольных правил для хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров.
3.	Типы оценочных мероприятий	Тесты: 1. Антимонопольным законодательством Российской Федерации предусмотрен запрет: а) монополии; б) монополистической деятельности;

		<p>в) доминирующего положения на рынке; г) недобросовестной конкуренции.</p> <p>2. Необходимыми условиями для привлечения к ответственности за монополистическую деятельность являются:</p> <p>а) сговор; б) умысел; в) наличие доминирующего положения хозяйствующего субъекта на рынке; г) совершение противоправных действий (бездействий), предусмотренных антимонопольным законодательством.</p> <p>3. Под монополистическую деятельность подпадают:</p> <p>а) образование монополий; б) злоупотребление хозяйствующим субъектом своим доминирующим положением на рынке; в) участие хозяйствующих субъектов в ограничивающих конкуренцию соглашениях; г) слияние и присоединение крупных предприятий; д) участие хозяйствующих субъектов в ограничивающих конкуренцию согласованных действиях; е) совершение актов недобросовестной конкуренции.</p> <p>4. К проявлениям недобросовестной конкуренции относятся:</p> <p>а) распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; б) участие хозяйствующих субъектов в ограничивающих конкуренцию согласованных действиях; в) введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей; г) незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну.</p> <p>5. К естественным монополиям относятся:</p> <p>а) транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам; б) транспортировка газа по трубопроводам; в) железнодорожные перевозки; г) государственная монополия.</p> <p>6. Монополистическая деятельность может проявляться в виде:</p> <p>а) действий; б) бездействия;</p>
--	--	---

		<p>в) умысла; г) неосторожности.</p> <p>7. Положение на рынке субъекта естественной монополии в состоянии естественной монополии признается:</p> <p>а) монопольным; б) противоправным; в) доминирующим; г) естественным.</p> <p>8. Решения и предписания антимонопольного органа:</p> <p>а) носят рекомендательный характер; б) обязательны к исполнению; в) подлежат принудительному исполнению; г) нуждаются в подтверждении суда.</p> <p>9. Принять решение о принудительном разделении (выделении) занимающей доминирующее положение коммерческой организации вправе:</p> <p>а) суд; б) антимонопольный орган; в) Правительство; г) Президент.</p> <p>10. В компетенцию Федеральной антимонопольной службы входит:</p> <p>а) возбуждение уголовных дел в отношении нарушителей антимонопольного закона; б) возбуждение дел об административных правонарушениях; в) возбуждение дел о нарушении антимонопольного законодательства; г) обращение с исками в суд в предусмотренных законом случаях.</p> <p>11. Термином «картель» принято обозначать:</p> <p>а) монополистическое объединение; б) крупную корпорацию; в) преступную организацию; г) соглашения, направленные на ограничение конкуренции.</p> <p>12. Понятие «демпинг» подходит к:</p> <p>а) импорту товара по цене ниже его нормальной стоимости; б) экспорту товара по цене ниже его себестоимости;</p>
--	--	--

		<p>в) импорту товара по цене выше его обычной стоимости;</p> <p>г) экспорту товара по цене выше его обычной стоимости.</p> <p>13. «Вертикальные» соглашения допускаются, если:</p> <p>а) об этом предварительно уведомлен антимонопольный орган;</p> <p>б) если это договоры о коммерческой концессии;</p> <p>в) если доля каждого из участвующих в соглашении не превышает 20 процентов рынка;</p> <p>г) не допускаются ни при каких обстоятельствах.</p> <p>14. За защитой своих прав при нарушении антимонопольного законодательства лицо вправе:</p> <p>а) обратиться с соответствующим иском в суд;</p> <p>б) обратиться с заявлением в антимонопольный орган;</p> <p>в) предварительно обратиться в антимонопольный орган, а лишь после этого в суд;</p> <p>г) одновременно обратиться и в суд и в антимонопольный орган.</p> <p>15. Включение хозяйствующего субъекта в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов:</p> <p>а) влечет применение к такому хозяйствующему субъекту санкций, предусмотренных антимонопольным законодательством;</p> <p>б) является мерой предупреждения нарушений антимонопольного законодательства;</p> <p>в) не влечет применение к такому хозяйствующему субъекту санкций, предусмотренных антимонопольным законодательством.</p>
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Изучить тему: «Эволюция российского антимонопольного законодательства».

Тема 1.2 Организация и информационное обеспечение торгового предпринимательства
Лекция 3.

1.	Тема занятия	Информационное обеспечение торгового предпринимательства.
2.	Содержание темы	<p>Значение коммерческой информации в организации торгового предпринимательства.</p> <p>Влияние внешних и внутренних факторов на развитие торгового предпринимательства в России.</p> <p>Методы формирования бизнес-идеи для организации торгового предпринимательства.</p> <p>Особенности организации предпринимательства в оптовой и розничной торговле.</p> <p>Инновационные подходы и практика применения сквозных цифровых технологий в торговом предпринимательстве.</p>

3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся назвать внешние и внутренние факторы, влияющие на развитие торгового предпринимательства в России.
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Изучить тему: «Методы формирования бизнес-идеи для организации торгового предпринимательства».

Практическое занятие 3.

1.	Тема занятия	Анализ факторов внешней и внутренней среды развития торгового предпринимательства.
2.	Содержание темы	Анализ и оценка факторов внешней и внутренней среды развития торгового предпринимательства. Составление SWOT-анализа.
3.	Типы оценочных мероприятий	<p>Тесты:</p> <p>Вопрос 1 Какие элементы внешней среды оказывают прямое влияние на организацию? <i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - политические факторы, профсоюзы, международные события; - конкуренты, потребители, поставщики, законы и государственные органы; - конкуренты, поставщики, политические факторы, НТП. <p>Вопрос 2 Основными факторами внутренней среды организации являются: <i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - цели, структура, технология, люди, задачи; - профсоюзные организации; - государственные органы власти; - парламент страны. <p>Вопрос 3 Какие элементы внешней среды имеют косвенное влияние на деятельность организации? <i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - профсоюзы, НТП, конкуренты, состояние экономики; - политические обстоятельства, состояние экономики, состояние техники и технологии, международные события; - политические обстоятельства, система экономических отношений в государстве, государственные органы власти, партии;

		<p>- политические обстоятельства, система экономических отношений в государстве, государственные органы власти, партии.</p> <p>Вопрос 4 Внутренняя среда организации – это:</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - капитал, люди, технология; - нельзя дать точное определение, т. к. каждая организация имеет свой набор компонентов; - часть общей среды, которая находится в рамках организации; - партнёры по бизнесу. <p>Вопрос 5</p> <p>Что поступает в организацию из внешней среды?</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативы; - отчетные данные; - цели; - ресурсы. <p>Вопрос 6</p> <p>Какие факторы влияют на внешнюю среду организации?</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - прямые и косвенные; - основные и дополнительные; - главные и второстепенные; - глобальные и локальные. <p>Вопрос 7</p> <p>Элементы внешней среды организации – общего типа (факторы косвенного влияния):</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - культура, верования, традиции, обычаи и менталитет; - право и юриспруденция; - конкуренты; - природное окружение; - демография; - экономика; - наука, техника и технология;
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - образование; - потребители. <p>Вопрос 8</p> <p>Элементы внешней среды организации – специфического типа (факторы прямого влияния):</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - потребители; - конкуренты; - демография; - наука, техника и технология; - экономика. <p>Вопрос 9</p> <p>Основные характеристики внешней среды:</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - сложность; - неопределенность; - подвижность; - валентность; - аморфность; - объемность. <p>Вопрос 10</p> <p>Внешняя среда организации – это та среда,...</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - которая находится за пределами региона; - которая находится за пределами муниципального образования; - на которую менеджмент организации или не может влиять совсем, или влияет весьма опосредованно; - на которую менеджмент организации может влиять прямо и непосредственно. <p>Вопрос 11</p> <p>К признакам организации относятся:</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - систематизация, упорядочения, построение организационной структуры управления; - цели, обособленность, внутриорганизационные центры, организационная культура, внутренняя среда, внешняя среда;
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - гибкость, планомерность, научность, специализация, последовательность, целеустремленность; - все перечисленное. <p>Вопрос 12</p> <p>Что называется миссией организации?</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - совокупность способов и средств, направленных на достижение долгосрочных целей; - общая цель, вызывает у членов организации состояние устремленности к чему-либо; - предполагаемый желаемое состояние объекта управления в будущем периоде; <p>все перечисленное;</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии. <p>Вопрос 13</p> <p>Микросреда организации — это:</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - это объективные ситуационные факторы, которые расположены внутри организации, которые непосредственно влияют на деятельность организации и контролируются ею; - это объективные ситуационные факторы, окружающие организацию в обществе, то есть внешне, и к которым она должна приспособиться; - это объективные ситуационные факторы, окружающие организацию в обществе, которые влияют на деятельность организации (т.е. на ее внутреннюю среду) и на которые организация также может влиять; - это объективные ситуационные факторы, окружающие организацию в обществе, которые влияют на деятельность организации (т.е. на ее внутреннюю среду) и на ее микросреду, и которые организация не может контролировать, но они могут существенно влиять на ее деятельность и выбор стратегии <p>Вопрос 14</p> <p>Стратегия, как фактор внутренней среды организации, — это:</p> <p><i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - конкретное конечное состояние или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе; - долгосрочный комплекс видов деятельности, который направлен на обеспечение деятельности организации это приписная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в срок; - средство трансформации сырья (люди, информация, физические материалы) в продукты или услуги, заранее запланированы.
--	--	---

		<p>Вопрос 15 Задача, как фактор внутренней среды организации, — это: <i>Варианты ответов</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - конкретное конечное состояние или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе; - долгосрочный комплекс видов деятельности, который направлен на обеспечение деятельности организации; - приписная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в срок; - приписная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в срок. <p>Контрольные вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое SWOT-анализ? 2. Для чего нужен SWOT-анализ? 3. Виды SWOT-анализа 4. Методика проведения SWOT-анализа. 5. Что делать с результатами SWOT-анализа?
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Составить кроссворд по теме «Оценка факторов внешней и внутренней среды развития торгового предпринимательства».

Практическое занятие 4.

	Тема занятия	Выявление проблемы, обоснование и презентация актуальности бизнес-идеи для организации торгового предпринимательства.
	Содержание темы	Обоснование бизнес-идеи для организации торгового предпринимательства. Презентация бизнес-идеи для организации торгового предпринимательства.
	Типы оценочных мероприятий	Контрольные вопросы: 1. Сущность бизнес-планирования. 2. Цели и задачи бизнес-планирования. 3. Назначение бизнес-плана. 4. Требования к разработке бизнес-плана. 5. Структура бизнес-плана. 6. Бизнес-идеи для организации торгового предпринимательства (предложения обучающихся). 7. Обоснование бизнес-плана торговой организации (предложенной бизнес-идеи)..
	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить доклады на тему: «Какой бизнес лучше открыть начинающему».

Тема 1.3 Товарная политика и стратегия развития торгового предпринимательства

Лекция 4.

1.	Тема занятия	Товарная политика и принципы ее формирования.
2.	Содержание темы	Особенности товарной политики. Анализ целевого рынка и методы оценки и конкурентной среды. Процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ. Формирование товарной стратегии и ассортиментной политики. Формы и методы продвижения товаров.
3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся составить схему «Факторы формирования ассортиментной политики организаций торговли».
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Изучить тему: «Управление товарной номенклатурой».

Практическое занятие 5.

1.	Тема занятия	Стратегии продвижения товара организации торговли.
2.	Содержание темы	Выбор и обоснование стратегии продвижения товара организации торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору)
3.	Типы оценочных мероприятий	<p>Задача 1. Рекламная компания на торговой фирме проводилась с 11 по 18 февраля текущего года. Исходные данные следующие: - фактическая реализация товара до рекламных мероприятий составила 440 тыс. руб.; - фактическая реализация товара за февраль составила 760 тыс. руб.; - торговая надбавка – 15 %; - на проведение рекламных мероприятий израсходовано 3,5 тыс. руб.; - торговая фирма имеет один выходной день в неделю. Определить экономическую эффективность рекламных мероприятий.</p> <p>Задача 2. Торговое предприятие проводит выставку. Фактический товарооборот за месяц до выставки составил 980 тыс. руб., через месяц после выставки – 1560 тыс. руб. На проведение мероприятий, связанных с выставкой, было израсходовано 7 тыс. руб. Торговая надбавка равна 18,5%. Торговое предприятие имеет один выходной день в неделю. Контрольные вопросы: 1. Виды мероприятий, направленных на стимулирование сбыта. 2. Цели и задачи мероприятий по стимулированию сбыта товаров. 3. Основные мероприятия по стимулированию сбыта продукции. 4. Примеры мероприятий по стимулированию сбыта.</p>
4.	Задания для самостоятельного выполнения	<p>Задание. Установите наиболее эффективную последовательность шагов предприятия при освоении новых рынков: Оцените ваш будущий товарооборот. С чем вы можете войти на рынок и как попытаетесь на нем удержаться. Оцените состояние и возможности вашего предприятия: фонды, научно-технические заделы, квалификация кадров, возможные инвестиции. Определите, где и на каких условиях вы можете устойчиво получать необходимые вам товары. Создание службы изучения рынка. Налаживание системы договоров с поставщиками. Согласование перспективной коммерческой стратегии с профсоюзом и СТК. Переподготовка сотрудников экономических служб.</p>

		Разработайте стратегию выживания предприятия на рынке. Разработайте ценовую политику. Выбор организованных форм деятельности. Поиск взаимопонимания с банками.
--	--	--

Практическое занятие 6.

1.	Тема занятия	Аналитический отчет по результатам исследования розничных торговых сетей России.
2.	Содержание темы	Аналитический отчет по результатам исследования розничных торговых сетей. Оценка анкетирования и экспертных опросов представителей торговых сетей FMCG России по результатам мониторинга коммерческой информации.
3.	Типы оценочных мероприятий	Подготовить аналитический обзор, включающий исследование: - состояния розничной торговли России; - развития розничных торговых сетей в России; - событий на розничном рынке РФ; - рейтинга сетей FMCG по количеству магазинов, торговой площади, выручке и доле торговых сетей; - развития розничных торговых сетей в Ростовской области.
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить презентацию по теме: «Анализ состояния сетевой розничной торговли Ростовской области в современных условиях».

Практическое занятие 7.

1.	Тема занятия	Анализ целевого товарного рынка.
2.	Содержание темы	Анализ целевого товарного рынка и оценка конкурентной среды торгового предприятия.
3.	Типы оценочных мероприятий	Задание. Анализ целевого товарного рынка и оценка конкурентной среды конкретного торгового предприятия. Тесты: 1. Под привлекательными рыночными возможностями фирмы понимается: - маркетинговая стратегия, которая обеспечивает фирме конкурентные преимущества; - маркетинговая стратегия, в которой товарное предложение фирмы лучше удовлетворяет потребности целевого рынка, чем предложение конкурентов; - маркетинговая стратегия и комплекс маркетинга, которые нелегко скопировать конкурентам; - маркетинговая стратегия, в которой затраты на стимулирование продаж ниже, чем у конкурентов; - маркетинговая стратегия и план, в которых программа фирмы по стимулированию продаж воспринимается потребителями лучше, чем программа у конкурентов.

		<p>2. Какие из перечисленных ниже мероприятий могут обеспечить конкурентные преимущества фирме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уменьшение соотношения уровня технических характеристик к уровню цены продукции; - расширение ассортимента продукции; - открытие новых мест продажи; - снижение объемов стимулирования продаж; - снижение издержек на производство и уменьшение цены продукции; - предоставление покупателям гибкой системы скидок. <p>3. Какие из перечисленных работ предшествуют разработке привлекательной для фирмы маркетинговой стратегии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ внешней неконтролируемой среды фирмы; - поиск финансовых ресурсов; - формулирование целей деятельности фирмы на рынке; - совершенствование технологии продаж товаров; - анализ внутренних возможностей фирмы; - сегментация потребителей и их анализ; - внедрение новых товаров. <p>4. Какие из перечисленных характеристик определяют товарный рынок фирмы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - товар; - тип посредника; - потребности покупателя-пользователя товара; - тип покупателя; - количество конкурентов; - географический регион. <p>9. Рынок со схожими потребностями, на котором продавцы предлагают часто несхожие способы удовлетворения этих потребностей, определяет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - родовой рынок фирмы; - широкий товарный рынок фирмы; - узкий товарный рынок фирмы; - сегмент товарного рынка фирмы. <p>10. Из перечисленных вариантов выбора сегментов в качестве целевого рынка, фирма может выбрать следующие варианты:</p> <ul style="list-style-type: none"> - один потребительский сегмент; - несколько не связанных между собой потребительских сегментов; - несколько потребительских сегментов, объединенных фирмой в общий целевой рынок; - весь рынок без разделения на потребительские сегменты.
--	--	--

		<p>11. Знание количественной оценки конкурентоспособности товаров, предлагаемых рынку, позволяет определить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - долю рынка, которую займет каждый товар; - себестоимость каждого товара; - уровень технических характеристик каждого товара; - уровень экономических характеристик каждого товара. <p>12. Количественная оценка конкурентоспособности конкретного товара для различных потребительских сегментов имеет значение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различное и зависящее от характеристик сегмента; - одинаковое и не зависящее от характеристик сегмента; - различное, но не зависящее от характеристик сегмента; - возрастающее по мере роста количества потребителей (емкости) сегмента. <p>13. При оценке конкурентоспособности конкретного товара, в зависимости от потребительского сегмента изменяются следующие параметры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - состав характеристик оцениваемого товара; - значимость для покупателя разных характеристик оцениваемого товара; - конкретное фактическое значение характеристики оцениваемого товара; - желаемые (идеальные) значения характеристик товара. <p>14. В состав критериев, по которым фирма выбирает потребительский сегмент в качестве целевого рынка, включают следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прибыльность деятельности в сегменте; - темпы роста сегмента; - возможность фирмы удовлетворить потребности сегмента; - себестоимость товара фирмы; - доступность для фирмы каналов распределения. <p>15. Анализ конкурентной среды предполагает рассмотрение следующих основных вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ привлекательности отрасли; - выявление целей конкурентов и их конкурентной стратегии; - выявление опасных для фирмы основных конкурентов; - анализ маркетинговых стратегий конкурентов; - выбор фирмой своей конкурентной позиции и конкурентной маркетинговой стратегии. <p>16. Какие из перечисленных рыночных факторов препятствуют выходу фирмы на новый рынок:</p> <ul style="list-style-type: none"> - снижение конкурентами цен на продукцию; - увеличение конкурентами цен на продукцию; - низкие издержки у конкурентов;
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - высокие издержки у конкурентов; - повышение конкурентами расходов на рекламу; - понижение конкурентами расходов на рекламу. <p>17. Какие из перечисленных конкурентных преимуществ получает фирма, выбравшая конкурентную позицию коммутанта (ведомого):</p> <ul style="list-style-type: none"> - уменьшение расходов на научно-исследовательские и конструкторские работы; - получение высокой доли рынка; - гибкость – легкость перехода на выпуск новой или модифицированной продукции; - отсутствие жесткой ценовой конкуренции. <p>18. Из перечисленных конкурентных преимуществ фирма, выбравшая конкурентную позицию пациента (окопавшегося в нише), получает следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соответствие комплекса маркетинга требованиям сегмента; - более низкие, чем у конкурентов, издержки; - отсутствие жесткой ценовой конкуренции. <p>19. Из перечисленных конкурентных преимуществ фирма-лидер имеет следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> - большая емкость целевого рынка; - высокая гибкость производства; - низкие издержки; - неэластичность спроса на товары; - отсутствие жесткой ценовой конкуренции. <p>20. Какие результаты, из нижеперечисленных, могут стать для фирмы итогом исследования и анализа конкурентной среды:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сильные и слабые стороны конкурентов; - маркетинговые стратегии конкурентов; - разработка способов противостояния конкурентам; - выбор конкурентной позиции на рынке; - возможность привлечения фирмой дополнительных ресурсов.
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Изучить тему: «Стратегический конкурентный анализ».

Тема 1.4 Управление предпринимательской деятельностью в торговле
Лекция 5.

1.	Тема занятия	Управление предпринимательской деятельностью.
2.	Содержание темы	Управление торговой сетью как процесс принятия решений. Принципы и методы управления предпринимательской деятельностью. Режимы налогообложения, предусмотренные налоговым законодательством РФ, принципы выбора. Общая система налогообложения. Упрощенная система налогообложения. Патентная система налогообложения (ПСН).
3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся ответить на следующие вопросы: 1. Основные методы управления предпринимательской деятельностью. 2. Принципы налогообложения, сформулированные А. Смитом. 3. По каким признакам можно классифицировать налоги?::
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить рефераты по темам: 1. Организационные структуры управления торговой организацией. 2. Особенности управления малым предпринимательством в торговле. 3. Управление ресурсным потенциалом для реализации бизнес проекта.

Практическое занятие 8.

1.	Тема занятия	Основы налогообложения.
2.	Содержание темы	Расчет налоговой нагрузки разных организационно-правовых форм и индивидуальных предпринимателей при различных налоговых режимах.
3.	Типы оценочных мероприятий	Задание 1. По каким признакам можно классифицировать налоги: - на федеральные, региональные и местные; - на налоги с физических лиц, юридических лиц, с физических и юридических лиц; - на целевые, общие и чрезвычайные; - на прямые и косвенные; - на закрепленные и регулирующие. Задание 2.

		<p>Назовите налоги, входящие в каждую из перечисленных групп. Сгруппируйте нижеперечисленные налоги, разделив их на:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прямые и косвенные; - федеральные, региональные и местные; - общие, целевые и чрезвычайные. <p>Налоги:</p> <ul style="list-style-type: none"> -налог на добавленную стоимость; - налог на имущество физических лиц; - налог на прибыль организаций; - земельный налог; - налог на доходы физических лиц; - налог на имущество организаций; - налог на добычу полезных ископаемых; - акцизы. <p>Задание 3.</p> <p>На территории муниципального образования «А» введен местный налог на содержание пожарной охраны. Плательщиками налога обозначены организации. Ставка налога определена в размере 1 % от выручки. Все остальные элементы налогообложения, необходимые для признания налога установленным, определены и закреплены решением городской Думы. Обязаны ли организации уплачивать данный налог? Ответ обосновать.</p> <p>Задание 4.</p> <p>На территории государства введен новый налог, в нем определены следующие элементы налогообложения: субъект, объект, налоговая ставка, налоговые льготы, налоговая база. Обязаны ли налогоплательщики уплачивать такой налог?</p> <p>Задание 5.</p> <p>В течение года предприятие реализовало продукции, включая НДС, на сумму 3 030 000 000 руб. Расходы предприятия на производство и реализацию продукции составили 1 880 000 000 руб. Определить прибыль для целей налогообложения.</p>
4.		<p>Задача 1.</p> <p>Предприятие реализовало продукции на сумму 970 000 руб. (вт.ч. НДС). Оплата за поставленную в текущем налоговом периоде продукцию поступила в сумме 740 000 руб. (в т. ч. НДС).</p>

Задания для самостоятельного выполнения		<p>Закуплено материалов на сумму 630 000 руб. (в т. ч. НДС). Получена оплата за аренду помещения - 200 000 руб. (без учета НДС). Поступили авансовые платежи в сумме 90 000 руб. Рассчитать сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет (возмещению из бюджета). Задача 2. Предприятие приобрело товаров детского ассортимента на сумму 640 000 руб. (в т. ч. НДС). Реализовало указанных товаров на сумму 480 000 руб. (без учета НДС). Приобрело телефонных аппаратов на сумму 440 000 руб. (в т. ч. НДС), а реализовало на сумму 300 000 руб. (без учета НДС). Рассчитать сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет (возмещению из бюджета).</p>
---	--	---

Тема 1.5 Коммерческие риски в предпринимательской деятельности в сфере торговле
Лекция 6.

.	Тема занятия	Предпринимательский риск.
2.	Содержание темы	<p>Предпринимательский риск: сущность и факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска в торговле. Управление коммерческими рисками в торговле</p>
3.	Типы оценочных мероприятий	<p>С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся ответить на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте предпринимательские риски на макроэкономическом уровне. 2. Что включает в себя классификация предпринимательских рисков на микроуровне? 3. Как проявляются предпринимательские риски для предприятий торговли? 4. Какие существуют степени риска? 5. Дайте классификацию риска по характеру возникновения. 6. На какие группы делятся финансовые риски?
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить реферат по теме «Экономические критерии оценки эффективности управления риском».

Практическое занятие 9.

.	Тема занятия	Определение уровня предпринимательского риска выхода товара на рынок.
---	--------------	---

2.	Содержание темы	Определение уровня предпринимательского риска выхода товара на рынок.																																																						
3.	Типы оценочных мероприятий	<p>Задание 1. Оценить степень риска предприятия, выходящего на рынок с новым товаром, используя данные таблицы. Предложите мероприятия, для стабилизации деятельности предприятия.</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th>Показатель, млн. руб.</th> <th>2022 г</th> <th>2023 г</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Оборотные средства</td> <td>327,19</td> <td>211,03</td> </tr> <tr> <td>2. Материалы</td> <td>49,50</td> <td>46,12</td> </tr> <tr> <td>3. МБП</td> <td>111,46</td> <td>10,54</td> </tr> <tr> <td>4. Текущая задолженность</td> <td>79,12</td> <td>63,71</td> </tr> <tr> <td>5. Уставный капитал</td> <td>119,26</td> <td>119,26</td> </tr> <tr> <td>6. Паевой капитал</td> <td>43,91</td> <td>42,80</td> </tr> <tr> <td>7. Дополнительно вложенный капитал</td> <td>-</td> <td>18,60</td> </tr> <tr> <td>8. Резервный капитал</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>9. Объем продаж</td> <td>128,37</td> <td>128,37</td> </tr> <tr> <td>10. Цена за единицу</td> <td>208,24</td> <td>163,83</td> </tr> <tr> <td>11. Прибыль от реализации</td> <td>122,81</td> <td>55,41</td> </tr> <tr> <td>12. Необоротные активы</td> <td>45,99</td> <td>39,65</td> </tr> <tr> <td>13. Векселя полученные</td> <td>33,17</td> <td>36,83</td> </tr> <tr> <td>14. Дебиторская задолженность за товары, работы, услуги</td> <td>48,23</td> <td>41,89</td> </tr> <tr> <td>15. Дебиторская задолженность по расчетам</td> <td>29,14</td> <td>42,80</td> </tr> <tr> <td>16. Текущие финансовые инвестиции</td> <td>54,03</td> <td>47,69</td> </tr> <tr> <td>17. Расходы будущих периодов</td> <td>39,22</td> <td>42,88</td> </tr> </tbody> </table> <p>Р = 0-1 - невозможность выполнить обязательства и нормально функционировать; Р = 1-30 - высокая степень риска выхода с новым товаром; Р = 31-35 - умеренно высокая степень риска; Р = 56-76 - умеренно низкая степень риска выхода на рынок с новым товаром с минимальными затратами;</p>	Показатель, млн. руб.	2022 г	2023 г	1. Оборотные средства	327,19	211,03	2. Материалы	49,50	46,12	3. МБП	111,46	10,54	4. Текущая задолженность	79,12	63,71	5. Уставный капитал	119,26	119,26	6. Паевой капитал	43,91	42,80	7. Дополнительно вложенный капитал	-	18,60	8. Резервный капитал	-	-	9. Объем продаж	128,37	128,37	10. Цена за единицу	208,24	163,83	11. Прибыль от реализации	122,81	55,41	12. Необоротные активы	45,99	39,65	13. Векселя полученные	33,17	36,83	14. Дебиторская задолженность за товары, работы, услуги	48,23	41,89	15. Дебиторская задолженность по расчетам	29,14	42,80	16. Текущие финансовые инвестиции	54,03	47,69	17. Расходы будущих периодов	39,22	42,88
Показатель, млн. руб.	2022 г	2023 г																																																						
1. Оборотные средства	327,19	211,03																																																						
2. Материалы	49,50	46,12																																																						
3. МБП	111,46	10,54																																																						
4. Текущая задолженность	79,12	63,71																																																						
5. Уставный капитал	119,26	119,26																																																						
6. Паевой капитал	43,91	42,80																																																						
7. Дополнительно вложенный капитал	-	18,60																																																						
8. Резервный капитал	-	-																																																						
9. Объем продаж	128,37	128,37																																																						
10. Цена за единицу	208,24	163,83																																																						
11. Прибыль от реализации	122,81	55,41																																																						
12. Необоротные активы	45,99	39,65																																																						
13. Векселя полученные	33,17	36,83																																																						
14. Дебиторская задолженность за товары, работы, услуги	48,23	41,89																																																						
15. Дебиторская задолженность по расчетам	29,14	42,80																																																						
16. Текущие финансовые инвестиции	54,03	47,69																																																						
17. Расходы будущих периодов	39,22	42,88																																																						

		<p>Р = 77-100 - низкая степень риска, выход на рынок с новыми товарами с минимальными затратами и быстрой окупаемостью.</p> <p>Тесты:</p> <p>1. Одной из основных функций риска является:</p> <ul style="list-style-type: none">а) компенсирующая;б) аналитическая;в) защитная;г) распределительная. <p>2. Риск, связанный с опасностью потерь в размере ожидаемой прибыли предприятия – это:</p> <ul style="list-style-type: none">а) критический;б) допустимый;в) постоянный;г) катастрофический. <p>3. Определение возможных видов риска и факторов, влияющих на уровень риска - это главная задача:</p> <ul style="list-style-type: none">а) качественного анализа;б) количественного анализа;в) комплексного анализа;г) экономического анализа. <p>4. Уклонение от мероприятия, связанного с риском:</p> <ul style="list-style-type: none">а) его удержание;б) принятие без финансирования;в) избежание риска;г) его компенсация. <p>5. Механизм уменьшения риска финансовых потерь – это:</p> <ul style="list-style-type: none">а) лимитирование;б) хеджирование;в) страхование;г) диверсификация. <p>6. Риск является:</p> <ul style="list-style-type: none">а) объективно неизбежным элементом любого хозяйственного решения;
--	--	--

	<p>б) характерной чертой рыночного хозяйства;</p> <p>в) повседневным результатом предпринимательской деятельности;</p> <p>г) обязательным элементом рыночной экономики.</p> <p>7. Наиболее эффективным методом противодействия финансовым рискам является:</p> <p>а) их профилактика;</p> <p>б) компенсация возможных потерь;</p> <p>в) полный отказ от рискованных ситуаций;</p> <p>г) оценка рисков.</p> <p>8. Область риска, при котором убытки не превышают величину расчетной прибыли:</p> <p>а) критическая;</p> <p>б) допустимая;</p> <p>в) катастрофическая;</p> <p>г) безрисковая.</p> <p>9. Опасность, возможность убытка, вероятность потери части ресурсов- это:</p> <p>а) ущерб;</p> <p>б) риск;</p> <p>в) банкротство;</p> <p>г) ответственность.</p> <p>10. Какие варианты возможны в результате риска:</p> <p>а) ущерб, убыток;</p> <p>б) выигрыш (выгода, прибыль);</p> <p>в) нулевой результат;</p> <p>г) все ответы верны.</p> <p>11. К чему приводит отсутствие риска:</p> <p>а) к стабильному и динамичному развитию;</p> <p>б) к росту рентабельности;</p> <p>в) к застою и подрыву динамичности;</p> <p>г) к усилению конкуренции.</p> <p>12. Как управляют рисками:</p> <p>а) избегают всеми путями наступление риска;</p> <p>б) прогнозируют наступление риска и принимают решения;</p>
--	--

		<p>в) наступление риска не планируют, а решения принимают в зависимости от результата риска;</p> <p>г) рисками не управляют.</p> <p>13. К чистым рискам относятся:</p> <p>а) как положительные, так и отрицательные результаты;</p> <p>б) выигрыш (выгода, прибыль);</p> <p>в) нулевой результат и убытки;</p> <p>г) все ответы верны.</p> <p>14. К какому виду относится риск кражи, гибели или повреждения материальных ценностей:</p> <p>а) инвестиционный;</p> <p>б) имущественный;</p> <p>в) финансовый;</p> <p>г) коммерческий.</p> <p>15. К какому виду риска относятся риски, связанные с невыполнением договорных обязательств, с изменением цен и тарифов, с действиями конкурентов:</p> <p>а) коммерческий;</p> <p>б) финансовый;</p> <p>в) инвестиционный;</p> <p>г) имущественный.</p> <p>16. Для какого метода характерно определение критического объема реализации товаров?</p> <p>а) дисперсионный метод;</p> <p>б) метод оценки платежеспособности;</p> <p>в) аналитический метод;</p> <p>г) метод целесообразности затрат.</p> <p>17. Область риска, при котором предприниматель теряет все свои активы:</p> <p>а) критическая;</p> <p>б) допустимая;</p> <p>в) катастрофическая;</p> <p>г) безрисковая.</p> <p>18. Что предусматривает страхование с целью снижения риска:</p> <p>а) создание резервов на покрытие непредвиденных расходов;</p>
--	--	---

		<p>б) распределение ресурсов между различными видами хозяйствования; в) установление предельных норм вложения капитала или расходования средств; г) возложение покрытия непредвиденных расходов за определенную плату на специальную компанию.</p> <p>19. Сочетание коммерции и производства помогло многим отечественным предприятиям выстоять в период кризиса 1998 г. Какой метод снижения риска при этом был применен: а) страхование; б) диверсификация; в) лимитирование; г) резервирование.</p> <p>20. Венчурный капитал – это: а) инвестиционные средства; б) рисковый капитал; в) акционерный капитал; г) уставной капитал.</p>
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить доклад на тему: «Выход инновационного товара на рынок»

Тема 1.6 Морально-этические аспекты торгового предпринимательства
Лекция 7.

.	Тема занятия	Морально-этические аспекты торгового предпринимательства.
2.	Содержание темы	Психологические аспекты торгового предпринимательства. Нравственно- этические факторы предпринимательской деятельности в торговле.
3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся ответить на вопросы: 1. Нравственные качества бизнесмена. 2. Развитие личности предпринимателя в процессе становления и расширения бизнеса.
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить презентацию по теме: «Нравственно- этические факторы предпринимательской деятельности в торговле».

Практическое занятие 10.

.	Тема занятия	Анализ и оценка личных качеств предпринимателя.
2.	Содержание темы	Этикет и имидж предпринимателя. Анализ и оценка личных качеств предпринимателя.
3.	Типы оценочных мероприятий	Задание 1. Представьте себя в образе успешного предпринимателя. Напишите 7 главных качеств лидера – предпринимателя. Сконструируйте свою собственную модель экономического успеха. Задание 2. Из приведенного ниже материала составьте характеристику уровня общения предпринимателя: 1. Мне нравится высказывать кому-либо свое расположение. 2. Я больше сосредоточен на приобретении влияния, чем дружбы. 3. Я чувствую, что в отношении к моим друзьям у меня больше прав, чем обязанностей. 4. Когда я узнаю об успехе своего товарища, у меня ухудшается настроение. 5. Чтобы быть удовлетворенным, я должен кому-то помочь. 6. Мои заботы исчезают, когда я оказываюсь среди людей. 7. Мои друзья основательно мне надоели.

	<p>8. Когда я занят делом, присутствие людей меня раздражает.</p> <p>9. Мне приятно помочь другим, если даже это доставляет мне значительные трудности.</p> <p>10. Из уважения к другу я могу согласиться с его мнением, если даже он не прав.</p> <p>11. В одиночестве я испытываю тревогу и напряженность больше, чем когда я нахожусь среди людей.</p> <p>12. Я считаю, что основной радостью в жизни является общение.</p> <p>13. Я предпочитаю иметь поменьше друзей, зато близких.</p> <p>14. Я люблю бывать среди людей.</p> <p>15. Я долго переживаю после ссоры с близкими.</p> <p>16. У меня определенно больше близких друзей, чем у многих других.</p> <p>17. Я больше доверяю собственной интуиции во мнении о людях, чем суждениям о них со стороны других.</p> <p>18. Я придаю большое значение материальному благополучию, чем радости общения с близкими мне людьми.</p> <p>19. Я сочувствую людям, у которых нет близких друзей.</p> <p>20. По отношению ко мне люди были часто неблагодарны.</p> <p>Дополнительные вопросы:</p> <p>1. По пункту 11 охарактеризуйте состояние сотрудника, объясните категорию «я испытываю тревогу», «напряженность». Чем может быть вызвано такое состояние.</p> <p>Задание 3.</p> <p>Ирина Сергеевна Колесникова работает под руководством одного и того же начальника уже 11 лет. Однажды ее давняя подруга за чаем спросила, насколько ей хорошо работать со своим начальником? Прозвучал приблизительно такой ответ: «Вообще-то ничего. Он мне не досажает. Я делаю свою работу». Тогда подруга поинтересовалась: «Но ты же работаешь на одном месте 11 лет. Как ты работаешь? Тебя когда-нибудь повысят? Пожалуйста, не обижайся, но мне совершенно не понятно, какое отношение имеет то, что ты делаешь, к работе фирмы». Ирина Сергеевна задумалась: «Я действительно не знаю, хорошо ли я работаю... Мой начальник никогда со мной об этом не говорит. Правда, я всегда считала, что отсутствие новостей – уже хорошая новость. Что касается содержания и важности моей работы, то при приеме на фирму мне что-то не очень внятно пояснили и больше об этом речи не было. Мы с руководителем не особенно общаемся».</p> <p>Вопросы для анализа ситуации:</p>
--	---

		<p>1. Какие цели и условия эффективности коммуникаций между руководителем и подчиненным отсутствуют?</p> <p>2. Как можно определить уровень вертикальных коммуникаций?</p> <p>3. Существуют ли возможности для восходящих коммуникаций в данной ситуации?</p> <p>4. Каким образом можно более эффективно построить обратную связь?</p>
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовить эссе на тему: «Национально-культурные ценности в профессиональной этике».

Тема 1.7 Регистрация и прекращение предпринимательской деятельности торговой организации

Лекция 8.

.	Тема занятия	Регистрация и прекращение предпринимательской деятельности торговой организации.
2.	Содержание темы	Порядок государственной регистрации предпринимательской деятельности. Государственное регулирование в случае ликвидации, реорганизации, несостоятельности (банкротства) организации торговли.
3.	Типы оценочных мероприятий	С целью контроля усвоения и закрепления лекционного материала предлагается обучающимся ответить на вопросы: 1. Какие документы нужны для регистрации гражданина РФ индивидуальным предпринимателем? 2. Чем отличаются реорганизация и ликвидация предприятия? 3. Что понимается под «банкротством предприятия»?
4.	Задания для самостоятельного выполнения	Подготовка к зачету. Перечень вопросов к дифференцированному зачету: 1. Сущность и роль предпринимательства в экономике. 2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. 3. Типы фирм и их структура. 4. Предпринимательская деятельность с образованием и без образования юридического лица. 5. Товарищества и их виды. 6. Общества с ограниченной ответственностью (ООО). 7. Акционерные общества и их виды. Структура управления акционерными обществами. Права акционеров и их роль в формировании капитала компании.

		<p>8. Имущество предприятия и его источники.</p> <p>9. Основные и оборотные средства.</p> <p>10. Бухгалтерский баланс. Выручка, издержки, формирование прибыли.</p> <p>11. Рентабельность продаж, производства и капитала.</p> <p>12. Отчет о финансовых результатах. Отчет о движении денежных средств.</p> <p>13. Изменение денежных средств от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.</p> <p>14. Основные показатели финансового состояния предприятия.</p> <p>15. Прибыльность, ликвидность, оборачиваемость, устойчивость, рост.</p> <p>16. Сущность и содержание маркетинга.</p> <p>17. Развитие концепций маркетинга: концепция совершенствования производства, товара, интенсификации коммерческих усилий, маркетинга и социально-этичного маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга.</p> <p>18. Изучение рынка: анализ спроса, емкость рынка и объем рыночного спроса.</p> <p>19. Определение рыночной структуры. Критерии сегментации рынка.</p> <p>20. Исследование условий конкуренции. Оценка доли фирмы на рынке.</p> <p>21. Планирование продукции. Управление товарным ассортиментом.</p> <p>22. Формы и методы сбыта. Принципы рекламы. Паблицити.</p> <p>23. Каналы сбыта. Оптовая и розничная торговля. Виды торговых предприятий.</p> <p>24. Ценообразование, его методы.</p> <p>25. Общее понятие инвестиций, их виды, структура и источники.</p> <p>26. Инвестиционный проект.</p> <p>27. Управление инвестициями. Планирование, разработка и коммерческая оценка инвестиционных проектов.</p> <p>28. Основные подходы к принятию инвестиционных решений, определяющие их условия.</p> <p>29. Источники финансирования инвестиций. Средневзвешенная стоимость капитала.</p> <p>30. Бизнес-план: основные цели и задачи, требования и этапы составления.</p> <p>31. Структура бизнес-плана.</p> <p>32. Коммерческая оценка инвестиционных проектов: оценка экономической эффективности и финансовой состоятельности.</p> <p>33. Простые методы оценки и методы, основанные на дисконтировании.</p> <p>34. Чистая текущая стоимость и внутренняя норма доходности.</p>
--	--	---

	<p>35. Инновационная деятельность и инновационный процесс. 36. Сущность инноваций. Мотивы инновационной активности. 37. Роль инноваций в экономическом развитии. Длинные волны. 38. Смена поколений инноваций. Технологические уклады. 39. Понятия "новшество", "нововведение", "инновация". 40. Основные подходы к классификации (группировке) и организации инноваций. 41. Этапы инновационного процесса. Инфраструктура инновационного процесса. 42. Государственная поддержка инновационной деятельности. Выбор приоритетов НИОКР. Место и роль инновационной политики в структуре государственного регулирования экономики. Необходимость перехода к инновационному типу развития.</p>
--	---