

Р.И. Бунеева

**ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ПРЕДПРИЯТИЙ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ**

Учебное пособие

Липецк

2009

УДК 658.846 (075.23)

ББК 65.422 я 73

Б 91

Автор:

Бунеева Раиса Ильинична, директор Липецкого кооперативного института (филиала) БУПК, к.э.н., доцент

Б 91

Бунеева, Р.И. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле: Учебное пособие / Р.И. Бунеева. – М.: Изд-во _____, 2009. – 136 с.

В учебном пособии рассматриваются вопросы, связанные с организацией и управлением некоммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле. Излагаются особенности потребительского рынка, методологические и организационные аспекты коммерции, материально-техническое и информационное обеспечение, техника управления, функционирование оптовой торговли и торгово-посреднических структур.

Данное пособие рекомендуется для студентов высших учебных заведений коммерческого профиля, специалистов торговых и коммерческих предприятий.

© Бунеева Р.И., 2009

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. Понятие коммерческой деятельности	7
1.1. Сущность коммерческой деятельности	7
1.2. Основные функции и принципы коммерческой деятельности	13
1.3. Классификация розничных и оптовых торговых организаций	19
1.4. Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе	25
Глава 2. Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле	29
2.1. Объекты стратегического управления коммерческой деятельности	29
2.2. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью	30
2.3. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью	32
2.4. Комплексный подход к управлению рисками в коммерческой деятельности	37
2.5. Управление коммерческой деятельностью в потребительской кооперации	45
Глава 3. Товарно-ассортиментная политика в оптовой торговле и её составляющие	48
3.1. Понятие и классификация ассортимента товаров	48
3.2. Свойства и показатели ассортимента товаров	54
3.3. Средства товарной информации	61
3.4. Ассортиментная политика	64
Глава 4. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров	71
4.1. Планирование закупок и продаж товаров	71
4.2. Маркетинговая информационная система для планирования продаж и закупок	73
4.3. Источники поступления товаров в торговую сеть и выбор потенциального поставщика	78
4.4. Формирование и управление товарными запасами	84
4.5. Оптовая продажа товаров: методы, организация и эффективность	91